

TÜRKİYE KADIN GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ - 2019 ARAŞTIRMA RAPORU



İÇİNDEKİLER

Rapor Özeti	03
KAGİDER Başkanı Emine Erdem'in Mesajı	04
Türk Tuborg A.Ş. CEO'su ve Yönetim Kurulu Üyesi Damla Birol'un Mesajı	05
Akademisyen Görüşü	06
Dünyadan Örnek Çalışma: Global Girişimcilik İzleme Raporu	09
Araştırma Tasarımı	15
Katılımcı ve Şirket Profili	17
Girişim Geçmişi	23
Girişimcilik Algısı	29
Gelecek Planları ve İhtiyaçlar	41
Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi - 2019	47
Sonuç ve Öneriler	53
Ek: Araştırma Soruları	57

Rapor Özeti

Türkiye, 2018/2019 yılı global girişimcilik izleme raporuna göre, erken aşama girişimcilik aktivitesi toplamında 48 ülke içinde 15. sırada yer almaktadır. Global Girişimcilik İzleme Raporu kapsamında ülkelerin girişimciliği destekleyen koşullarını değerlendiren ve 12 farklı kriter detayında ulusal girişimcilik durum endeksi (NECI) de ölçümlenmektedir. Türkiye 5.1 skor ile Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde ortalama bir seviyede konumlanmaktadır. Girişimcilik aktivitesi açısından yoğun, iş fırsatı yaratma beklentilerinin de yüksek olduğu bir ülke olan Türkiye halen kadın girişimcilerin erkeklerle oranı açısından geri kalan altı ülkeden biri olarak konumlanıyor.

Türkiye'nin daha fazla sayıda kadın girişimciye ihtiyacı var. Türk Tuborg A.Ş. ve KAGİDER işbirliği ile kadın girişimcilerin profilini anlama, iş kurma sürecindeki deneyimlerini, motivasyonlarını ve yaşadıkları zorlukları değerlendirmek üzere bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında KAGİDER tarafından sağlanan listeler aracılığıyla kadın girişimcilere online anket yöntemi ile ulaşılmış 438 kadın girişimci ile görüşülmüştür. Katılımcıların eğitim durumu Türkiye genelinin oldukça üzerindedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kurdukları şirketlerin faaliyet alanları incelendiğinde önde gelen sektörlerin toptan ve perakende ticaret ve imalat olduğu göze çarpıyor. Kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin %56'sı 1-5 çalışanlı şirket statüsündedir. Kadın girişimcilerin kurdukları şirkete %75 oranında sahip olduğu görülüyor ve kurulan her 3 şirketten 1'i hem Türkiye'de hem de yurtdışında faaliyet gösteriyor.

Girişim geçmişi açısından değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin kurdukları şirkete odaklanıp çoğu zaman başka bir işte çalışmadıkları, şirketin kuruluş aşamasında en çok aileden borç aldıkları, yakın geçmişte en fazla Türkiye'deki özel şirketler ile işbirliği yaptıkları söylenebilir. Girişimcilik geçmişi açısından henüz şirket kurup, geliştirip, satma oranının oldukça düşük seviyede gerçekleştiği ve satış sebebinin iyi bir fırsat görüp değerlendirmekten ziyade anlaşmazlıklar ve maddi sorunlar olduğu göze çarpmaktadır.

Araştırma kapsamında, Türkiye'deki kadın girişimcilerin, girişimcilik hikayelerinin başlangıç aşamasına yönelik motivasyonları "ihtiyaç" ve "fırsat" içeren ifadelerle sorgulanmıştır. Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu girişimcilik hikayelerinin temelinde ilgili dönemde bir fırsat görmenin ve değerlendirmenin yer aldığı ifade-sine katılmaktadır.

Kadın girişimcilerin özenlik algıları ve erkek girişimcilerle yönelik algıları bu alanda gelişimi etkileyen önemli unsurlar olarak karşımıza çıkıyor. Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılar için kadın girişimci olmak en fazla cesaret, güç, bağımsızlık, özgürlük vb. sıfatlarla özdeşleştiriliyor. Girişimci olmaya yönelik paylaşımlarda kadın girişimcilerin kuvvetli pozitif duygulara değişen yorumları bulunuyor. Kadın girişimciler kendilerini borcuna sadık olarak niteliyor ve özenlik algılarında para yönetimi ile ilgili konular ve mütevazilik ön planda yer alıyor. Kadın girişimcilerin, erkek girişimcilere yönelik algısında ise kurulan girişimin ivmelenmesi için gerekli kriterler göze çarpıyor.

Kadın girişimcilerin eşleri ve ailelerinden sonra en büyük destekçileri kendileri gibi iş kurmuş olan kadın girişimci arkadaşları; ancak, daha fazla kurum ile işbirliği kurma ve iletişim ağlarından yararlanmaları gelecekteki ihtiyaçları açısından önem arz ediyor. Kadın girişimciler yurtdışına açılmak istiyor ve geleceğe yönelik değerlendirmeleri umut vadediyor. Kadın girişimcilerin en fazla ihtiyaç duydukları konu finansal destek olarak gözüküyor.

Araştırma kapsamında oluşturulan Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi Davranış, Algı ve Gelecek olmak üzere üç ana bileşenden oluşmaktadır. Endeks, kadın girişimcilerin 2018/2019 yılına ait resmini çekerek ilerleyen yıllarda girişimciliğe dair gelişimin takibini sağlayacak bir araç olarak kurgulanmıştır. Skor 100 üzerinden 44 olup kadın girişimcilerin kurdukları şirketlerin yapısı, girişimciliğe yönelik algı ve beklentileri açısından gidecek yolun olduğunu ifade etmektedir.





EMİNE ERDEM
KAGİDER Başkanı

Türkiye son yıllarda kalkınma mücadelesinde bir dönüm noktasına gelmiş bulunuyor. Kişi başına milli geliri 10.000 dolar seviyesinin üstüne çıkarmak, orta gelir tuzağı diye adlandırılan çıkmazdan kurtulmak için ekonomide ciddi yapısal değişikliklere ihtiyaç var.

Ülke olarak teknolojik altyapısı güçlü, katma değeri yüksek ürünler üretip ihraç edebilen, üretimde dışa daha az bağımlı ve uluslararası güçlü markalara sahip bir ekonomi için çalışmak zorundayız. Ar – Ge, inovasyon yatırımlarımızı artırmalı, katma değeri yüksek ürün ihraç eden sektörlerimizi çeşitlendirmeli ve desteklemeliyiz. Elbette bu sürecin hukuksal, sosyal ve siyasal değişim boyutları da bulunuyor.

Türkiye'nin tüm enerjisini ve potansiyelini kullanmadan bu dönüşümü gerçekleştirmesi mümkün değil. Bir başka deyişle, nüfusunun yarısını oluşturan kadınların potansiyellerini ve enerjilerini ekonomiye, sosyal yaşama ve siyasete erkeklerle eşit koşullarda yansıtamazsak Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınmayı hayata geçirmesi ve tüm vatandaşlarını çağdaş uygarlık seviyesinde yaşatması mümkün olamayacaktır.

Kadınların sürece katılımının iki boyutu bulunuyor. Bunlardan biri kadın istihdamının artırılması, diğeri ise kadın girişimciliğinin yaygınlaştırılmasıdır.

TÜİK Haziran 2019 işgücü istatistiklerine göre ülkemizde çalışma yaş aralığında bulunan 31.075.000 kadının ancak 9 milyonu çalışıyor, Kadınların istihdama katılımı %29,3 düzeyinde kalıyor. Bir başka deyişle, her 100 erkekte 77'sinin iş yaşamına katıldığı ülkemizde, her 100 kadından yalnızca yaklaşık 33'ü iş gücüne dâhil oluyor. Yani ülkemiz, nüfusun yarısını oluşturan nitelikli insan kaynağı potansiyelini kullanamıyor.

Girişimcilik açısından baktığımızda Türkiye'de kadınlarda erkeklere yakın girişimcilik potansiyeli olduğunu görmekteyiz. Yapılan araştırmalar erkeklerin yüzde 45'inin, kadınların ise yüzde 40'ının girişimciliğe olumlu baktığını gösteriyor. Ama kadınlardaki bu potansiyel hayata yansımıyor. Ülkemizde hayli düşük olan kadın girişimci oranı yüzde 8 civarındadır.

Ülkemizin geleceği için kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve bu tablonun değiştirilmesi şarttır. Kadın girişimcilere yatırım yapmak, onların sorunlarını çözmek ve rekabet yeteneklerini geliştirmek Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve refah artışına güçlü bir ivme katacaktır. Ayrıca unutmayalım ki toplam istihdamın yaklaşık yüzde 80'ini oluşturan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) ekonomide istihdam büyümesinin motor güçleridir.

Her alanda olduğu gibi, kadın girişimciliğinin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması konusunda da başarının anahtarı bilgidir. İş kurmaya ve kurdukları işleri yaşatmaya çalışan kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları, bu sorunlarla ilgili düşünce ve algılarını iyi bilmek zorundayız. Ancak bu şekilde gelişime yönelik sağlıklı politikalar oluşturmak ve uygulamak mümkün olabilir.

KAGİDER ve Türk Tuborg A.Ş. iş birliğinde İpsos tarafından hazırlanan Kadın Girişimcilik Araştırması / Girişimcilik Endeksi Çalışması bu konuda daha önce yapılmış araştırmalara çok önemli katkı sağlayan bir çalışma olarak öne çıkıyor ve üzerinde çalışmamız gereken alanlara ışık tutarak yol haritamızı aydınlatıyor. Aslında ortaya çıkan sonuçlar bilmediğimiz, yepyeni sorunlar değil. Ancak Hükümetin, bizim gibi sivil toplum kuruluşlarının ve iş dünyasının yıllardır yaptığı çalışmalara rağmen bu konuların yine gündemin en üst sıralarında karşımıza çıkması bizim için uyarıcı olmalıdır.

Örneğin finansmana erişim bu kategorideki konulardan biri olarak öne çıkıyor. Bu çalışmaya katılan kadın girişimcilerin yarısından fazlası kuruluş aşamasında banka kredisi kullanmadığını ifade ediyor. Aileden, arkadaşlardan alınan maddi destek ağır basıyor. Oysa kuruluş aşamasında alınacak uygun koşullu krediler işletmenin başarısında önemli bir oynarlar.

Bir başka konu kadın girişimcilerin kurdukları şirketlerin kamu kuruluşlarıyla yaptıkları iş birliğinin yetersizliğidir. Katılımcıların %80'i Türkiye'deki özel şirketlerle iş birliği yaptığını belirtirken, kamu kuruluşlarıyla iş birliğinde bu oran %36'ya iniyor. Ülkemizde kamu sektörü ekonomide hâlâ belirleyici bir rol oynuyor. Kamunun açtığı ihaleler ve tedarik süreçleri girişimciler için büyük önem taşıyor. KAGİDER olarak biz üç yıl önce “Kadınlardan Alınan Memleket Kazanmalı” kampanyasını başlatırken kamuda ve özel sektörde açılan ihalelere kadınların erişimini artırmayı hedeflemiştik. Araştırma bu konuda ülke olarak daha kat etmemiz gereken uzun mesafeyi ve daha fazla çalışma gereğini ortaya koyuyor.

Bu örnekleri çoğaltmak mümkün, ama en iyisi bu araştırmanın dikkatle okunması, incelenmesi olacaktır. Bu çalışmadan elde edilen verilerin ve çıkan sonuçların kadın girişimciliğinin yaygınlaştırılması için çaba gösteren tüm paydaşların yol haritasının güncellenmesine katkıda bulunacağına inanıyorum.

Bu önemli ve kapsamlı çalışmayı desteklediği için Türk Tuborg A.Ş.'ye ve gerçekleştirdiği için İpsos'a teşekkürlerimi sunarım.



DAMLA BİROL
Türk Tuborg A.Ş. CEO'su ve Yönetim Kurulu Üyesi

Gerçek anlamda bir ekonomik ve sosyal gelişim için eşit temsiliyet çok önemli.

Günümüzde; gerek dünyada gerekse ülkemizde, ciddi bir ekonomik gelişimden ve sürdürülebilir bir kalkınmadan bahsetmek ancak kadınların iş gücü ve potansiyellerinin istihdama yahut girişimciliğe eşit bir biçimde katılımları ile mümkün.

Halbuki bugün hem TÜİK verilerine hem de yapılan çeşitli araştırma sonuçlarına baktığımızda iş hayatında böylesi bir katılım eşitliğinden bahsetmek maalesef pek de mümkün değil. İstihdama katılımda yıllardır %30'lar civarında seyreden kadın oranımız, söz konusu Yönetim Kurullarında varlık göstermek olduğunda aile şirketlerinin sayısının yüksek olmasına rağmen %15 seviyesine ancak gelebiliyor. Girişimcilik tarafında baktığımızda ise kadın ve erkek girişimci oranları arasındaki uçurum iyice büyüyor ve kadınlarımızın oranı %10'ların altına düşüyor.

İşte bu yüzden, ben bu konudaki istatistiklere, rakamlara baktıkça, hem dünyada hem de Türkiye'de kadınların bu durumunu “Azınlık olmayan azınlık” diye adlandırıyorum.

Evet nüfusun %50 si olabiliriz ama tüm potansiyelimize rağmen özellikle iş hayatı ile ilgili pek çok konuda azınlık olarak kalıyoruz.

Sadece bizim ülkemizde de değil, dünyanın en gelişmiş ülkelerinde dahi kadın çalışanların ve kadın girişimcilerin hedeflerine uzanan yolları maalesef engellerle dolu. Bunları aşarak kadınların eşit anlamda iş hayatına katılım göstermelerine katkıda bulunmak da hepimizin sorumluluğunda ve birlikte destek vermemizi gerektiriyor.

Türkiye'de kadın girişimci sayısını arttırmak için hükümet, özel şirketler, sivil toplum örgütleri ve kamuoyu olarak hepimizin yapabileceği çalışmalar var. Bugün artık çok daha fazla kadın ekonomiye katılsın, hayalindeki işi kursun, yönetimlerde hak ettiği yeri alsın istiyorsak el ele vererek hep birlikte çalışmamız gerektiğini düşünüyorum. Toplum ve özellikle de iş hayatında olan kadınlar olarak diğer kadınları cesaretlendirmek ve idealleri doğrultusunda yola çıkan kadınların sayısının artmasına destek olmak en büyük hedeflerimizden biri olmalı.

Ben Türk Tuborg'da; yönetim kurulunda 2 kadın üyenin bulunduğu, icra kurulunun ise yaklaşık yüzde 50'sinin kadınlardan oluştuğu, Pazarlama, İK, IT, Hukuk, İletişim hatta Güvenlik gibi departmanlarının başında kadın yöneticilerin olduğu bir şirketin CEO'suyum. Kadınların iş hayatında gerek çalışan gerekse girişimci olarak daha çok yer almalarını ve bir iş ideali ve potansiyeli olan tüm kadınların arzu ettikleri hedeflere ulaşmaları için çaba göstermeyi de en önemli meselelerimden biri olarak görüyorum.

Türk Tuborg A.Ş. olarak da ekonomik ve sosyal hayatta hem temsiliyet hem fırsat anlamında eşitliği teşvik ediyoruz. Kadınların iş dünyasında kadın işi/erkek iş ayırımına girilmeden daha büyük roller üstlenmesi gerektiğine inanıyoruz. Ve bu inançla da Türkiye'de girişimci kadın sayısını arttırmak, kadın gücünü desteklemek, cesaretlendirmek ve ilham vermek için çeşitli destek aktiviteleri ve sosyal projeler içinde yer alıyoruz. Şirket olarak öncelikli destek verdiğimiz 3 ana konu “eğitim ve toplumsal konular” ile birlikte yine “kadın”

Türk Tuborg olarak kadınların iş hayatı için çok değerli olduğunu biliyor ve kadınları destekleyerek daha güçlü bir şirket olacağımıza inanıyoruz. Bu nedenle işe alım ve terfiye kadınlara eşit bakıyor, anne olma mutluluğunu yaşayan çalışanlarımızı bu süreçte rahat ettiriyor, yönetimde de kadınların daha fazla yer alarak şirkete yeni bakış açıları katması için sayılarının artması için teşvik ediyoruz. Yani kısaca kadınlara zorluk yerine eşitlik yaratmak üzere çalışıyoruz.

Bu çalışmalar sonucunda; KAGİDER'in Dünya Bankası desteğiyle geliştirip uyguladığı Fırsat Eşitliği Modeli'ne yani işe alım, seçim, eğitim, performans değerlendirme ve terfi, kariyer destek uygulamaları, geri bildirim ve şikayetlerin değerlendirilmesinde kadınlara erkeklerle eşit yaklaşım ve şartlar sunan şirketlere verdiği ve Türkiye'de oldukça az sayıda şirketin sahip olabileceği FEM sertifikasına sahip bir şirketiz ve aynı zamanda KAGİDER'in destekçisi ve kurumsal üyesiyiz.

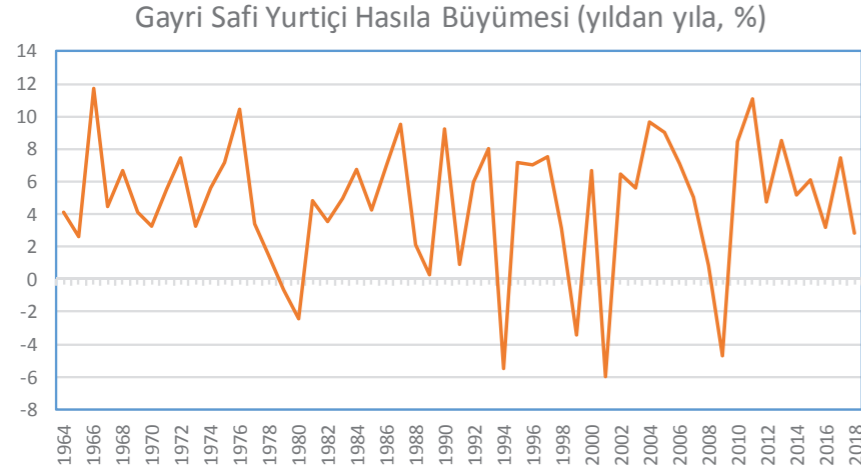
Bu konuda yapılabilecekleri belirlerken tabii ki doğru bilginin ve farkındalığın önemi de çok büyük. Bu bağlamda Türkiye'de ilk kez yapılan ve KAGİDER ile birlikte destek vermekten gurur duyduğumuz “Kadın Girişimcilik Endeksi” çalışmasının ülkemizin kadın girişimcilerine yönelik önemli ve güncel bir rehber niteliğinde olacağına da inanıyorum. Ülkemizde girişimci kadınların artmasının; kendi alanında barındırdığı farklı engel ve zorluklara rağmen daha çok kadını “kendi patronu olma” mertebesine ulaştıran en kesin çözüm olması da bence bir diğer gerçek ve sadece bunun için bile daha çok desteği hakediyor.

Bu çalışmadaki veriler sonucunda çok daha fazla kadının girişimciliğe adım atarak hayallerine ulaşmasını temenni ederken, birlikte yol aldığımız KAGİDER'e ve araştırmayı gerçekleştiren İpsos'a da teşekkürlerimi sunmak istiyorum.

Akademisyen Görüşü

Kadın Girişimcilik Endeksi Değerlendirmesi

Türkiye gibi genç nüfusun yoğun olduğu bir toplumda teknolojik değişimin ve gelişimin öncü koşulu özgür düşünce ve girişimciliğin önünü açmaktan geçiyor. Bu konuda kadın girişimcilerin aldığı yol yadsınmamakla birlikte ülke olarak nerede olduğumuzu tespit için veriye dayalı analitik bir çalışmanın eksikliği KAGİDER ve Türk Tuborg A.Ş. işbirliği ile Ipsos tarafından gerçekleştirilen Kadın Girişimcilik Endeksi ile giderilmiş bulunuyor.



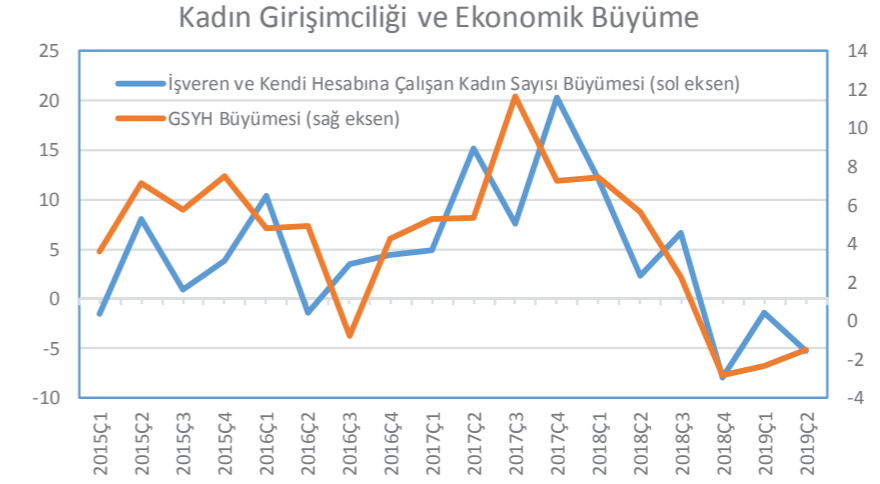
Kaynak Türkiye İstatistik Kurumu

Bir girişimi hayata geçirmenin temel gereklerinden biri faaliyet gösterilen ülkenin ekonomik gerçeklerinin farkında olmak ve bu zorluklarla baş edebilecek güçte bir işletme yaratmak. Türkiye, 2018 yılı itibariyle ekonomik büyüklüğü 789 milyar dolar ile dünyanın 18. büyük ekonomisi. Öte yandan 1960'lardan beri %4.7 ortalamaya sahip GSYH büyümesi oldukça dalgalı bir seyir izliyor. Nitekim girişimcilik endeksini oluştururken sorulan sorulardan çıkartılan Temel Zorluklar Endeksi bir numaralı zorluğun yüksek maliyetler ve genel ülke ekonomisi olduğunu gösteriyor. Dolayısıyla ülke olarak sürdürülebilir büyüme, kalıcı olarak tek haneli oranlarda enflasyon, stabil kur ve yine tek haneli faiz oranlarına ulaşmak hem mevcut girişimcilerin önünü görmesini sağlayacak hem de daha çok girişimcinin güvenle fikrini hayata geçirebilmesine olanak tanıyacaktır.

Türkiye, 10,000\$'ın altında kişi başına düşen geliri ile dünya sıralamasında geri sıralarda olsa da bu durum toplumda girişimcilik motivasyonunu tetikleyen en önemli unsurlardan bir tanesi. Ayrıca 2018/2019 yılı Global Girişimcilik İzleme Raporu'na göre Avrupa ülkelerinin çoğunun aksine Türkiye'de girişimciliğin yüksek oranda bir kariyer tercihi olarak görülmesi de ülke olarak girişimcilik potansiyelimizin ne kadar yüksek olduğunu teyit ediyor. Bununla birlikte nüfusun yaklaşık yarısının kadın olması ve kadınlarda işgücüne katılım oranının %30'ların biraz üzerinde olması da ülke olarak katma değer yaratmada atıl kalmış olan bu değerli kaynağın girişimcilik ekosistemine kazandırılmasının ne kadar önemli olduğunu gösteriyor.

Türkiye'de Haziran 2019 itibariyle işveren ve kendi hesabına çalışan kadın sayısı 1 milyon kişiden az. Aşağıdaki grafikte göreceğiniz gibi bu kaynağın büyümesinin GSYH büyümesi ile ilişkisini göz önünde bulundurduğumuzda sürdürülebilir GSYH büyümesine katkısı açısından da kadın girişimciliğinin önünün açılması, temek zorlukların giderilmesi için çeşitli politikaların hayata geçirilmesi büyük önem arz ediyor.

Kadın girişimcilik endeksi çalışmasında ortaya çıkan temel zorluklar arasında ilk sırada yeralan yüksek maliyetler ve genel ülke ekonomisinden sonra listede vergi oranları, finansmana erişim ve karlılık yer alıyor. Girişimcilik finansmanı bir işletmenin sürdürülebilir bir şekilde faaliyete geçmesi için en hayati konu. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin yarısından çoğu şirketlerin kuruluş aşamasında kredi ve borç almıyor. Borç alanlar arasında da aile desteğine başvuranların oranı neredeyse toplamın 4'te 1'i. Öte yandan banka kredisine başvuranların oranı %20, KOSGEB, TUBİTAK ve çeşitli hibe programlarından yararlanan girişimci oranı ise toplamın sadece %8'i olarak görülüyor. Bu oranlar ailenin önemli bir kaynak olarak öne çıktığını göstermekle birlikte girişimciler için kurumsal çözümler konusunda da gidilecek ne kadar yol olduğunu ortaya koyuyor. Zira başlangıç aşamasında minimum maliyet içeren finansman alternatiflerinin varlığı bu işletmelere güçlü bir başlangıç yapma imkanı tanıyor. Araştırma sonuçlarına göre 1 yıllık şirketlerde önceki yıl %11 olan kredi kullanan işletme sayısı oranının 16 yıl üzeri şirketlerde %48'e yükseliyor olduğu gerçeği bankaları girişimcilere uzun vadeli bir bakış açısıyla yaklaşmaya sevk etmeli; erken aşamada faiz ve diğer maliyetlerin olmadığı çözümler üret-



Kaynak Türkiye İstatistik Kurumu

me konusunda teşvik etmelidir. Bu sayede kadın girişimci adayları aile desteğine sahip olmasa da işletmesini hayata geçirme, büyütme ve katma değer yaratma imkânına sahip olacaklar.

Araştırmada kadın girişimcilerin, özellikle de cirosu 1 milyon TL üzeri işletmelerin en çok özel sektör ve yurtdışı özel sektör temsilcileriyle işbirliğine gittiğini belirtmesi kamunun bu konuda daha ön planda olması gerektiği gerçeğini bize göstermektedir. Bir diğer bulgu olan 3 büyük şehirdeki girişimcilerin yurtdışı ile daha yüksek oranda işbirliğine gitmesi diğer şehirlerde bu bağlantıları kurmak için girişimcilerin desteğe ihtiyacı olduğunu ortaya koymaktadır.

Kadın Girişimcilik Endeksi Araştırma'sının bulgularına göre Türkiye'de kadın girişimcilerin çoğunun 40 yaş üstü, evli, metropolde yaşayan iyi eğitilmiş kişiler. Ayrıca geleceğe yönelik ciro, ürün/hizmet gamı, teknoloji kullanımı, karlılık, inovasyon gibi konularda beklentileri oldukça pozitif, dijital/online pazarlama konuları başta olmak üzere bir işletmenin gerektirdiği tüm eğitimleri sınıf içi ve online olarak almaya istekli, genç girişimciler nezninde düşünürsek proje yazma ve tasarım odaklı düşünme konusunda eğitim alma isteği yüksek, umut vaat eden bir kadın girişimci profili ile karşı karşıyayız.

Yine araştırmanın sonuçlarına göre kadınların girişimci olma temel motivasyonu para kazanmak olmakla birlikte para kazanma istediğini heyecan duyduğu işi yapmak, sevdiği işi yapmak, kendi işinin patronu olmak ve yeni bir şey yaratmak seçenekleri takip ediyor. Öte yandan yaşam beklentisi ile ilgili çalışmalar 2017 yılında doğan çocukların yarısından fazlasının 100 yaşından uzun yaşayacağını gösteriyor. Dijital teknoloji ve de biomedikal alanda yaşanan gelişmeler beklenen ömür süresini her 10 yılda 2 yıl uzatıyor. Bu da bir ömre bir meslek sığdırmayı hem sıkıcı hem de yetersiz kılıyor. Kimi mesleklerin yok olduğu, mevcut mesleklerin şekil değiştirdiği, finansmana erişimin teknoloji sayesinde daha da kolaylaştığı, ömrün ve dolayısıyla çalışarak geçirilen yılların sayısının uzadığı bu yeni çağda girişimci ruha sahip kadınların sadece para kazanma arzusuyla değil önelerine çıkan fırsatları hemen değerlendirme motivasyonu da girişimciliğe adım attığını çalışmanın sonuçları bize gösteriyor. Tüm bu çıkarımlardan sonra ülke olarak bizlere düşen, bu dönüşümü sahiplenmek, girişimciliğin önünü açarak gelişime hız kazandırmak, girişimciliği bir ekonomik güç haline getirmek üzere desteklemek ve bu dinamizme ivme kazandıracak kadın girişimcilerimizin ülkeyi ileriye taşıyacak adımlarına hem ön ayak olmak hem de önlerindeki tüm engelleri temizlemek olacaktır. Bu sayede kadın girişimciliğinin yarattığı katma değer her geçen gün arttığına, ülke olarak sürdürülebilir büyüme ve kalkınmaya hizmet ettiğine şahit olabiliriz.

ÖZLEM DERİCİ ŞENGÜL

İstanbul Bilgi Üniversitesi Öğretim Üyesi

DÜNYADAN ÖRNEK ÇALIŞMA

Global Girişimcilik
İzleme Raporu



Dünyadan Örnek Çalışma

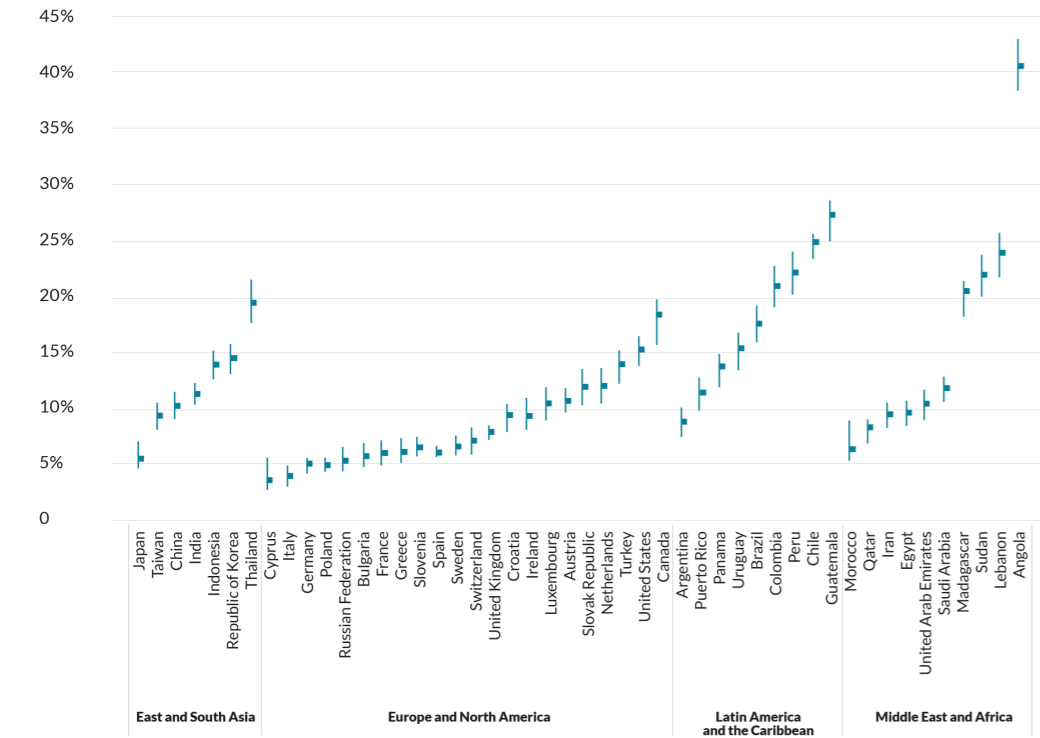
Türkiye, Global Girişimcilik İzleme Raporu'na göre, erken-aşama girişimcilik aktivitesi toplamında 48 ülke içinde 15. sırada, içinde bulunduğu Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde ise 3.sırada yer almaktadır.

Toplam erken aşama girişimcilik aktivitesi, izleme raporunda belirtildiği üzere "Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)", bir girişimin ürün veya hizmet satışından ilk gelirini elde ettiği dönemi takiben başlayıp sözkonusu girişimin 42 aylık bir şirket olana kadar geçirdiği süreci ifade etmektedir.

Türkiye, toplamda 15. sırada yer alırken içinde bulunduğu bölgede değerlendirildiğinde toplam erken aşama girişimcilik aktivitesi anlamında Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri'ni takiben 3. sırada yer almaktadır. Yıllar itibarıyla incelendiğinde ise Türkiye'nin 2015 yılından beri toplam TEA oranında yavaş ve düzenli bir düşüş kaydettiği söylenebilir.

Türkiye	Değer	Sıralama
TEA 2018	14.2	15/48
TEA 2016	16.1	14/65

Figür 1: Toplam erken-aşama Girişimcilik Aktivitesi (18-64 yaş)



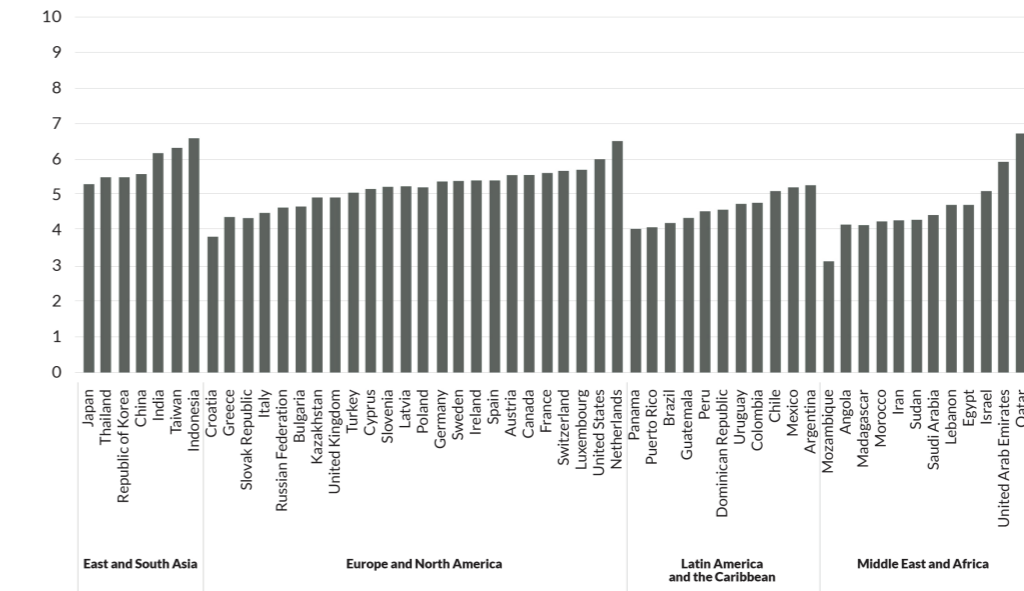
Kaynak: Global Girişimcilik İzleme Raporu 2018/2019

Türkiye, Global Girişimcilik İzleme Raporu'na göre, erken-aşama girişimcilik aktivitesi toplamında 48 ülke içinde 15. sırada, içinde bulunduğu Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde ise 3.sırada yer almaktadır.

Global Girişimcilik İzleme Raporu kapsamında erken-aşama girişimcilik aktivitesi dışında ülkelerin girişimciliği destekleyen koşullarını değerlendiren ulusal girişimcilik endeksi (NECI) hesaplanıyor. 2018 yılında hazırlanan raporda 54 ekonominin yer aldığı endeks ilgili coğrafyalarda girişimlerin oluşabilmesi için elverişli koşulların varlığını takip ediyor.

Türkiye 5.1 skor ile Avrupa ve Kuzey Amerika bölgesi içinde ortalama bir seviyede konumlanıyor.

Figür 2: Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi / National Entrepreneurship Context Index (NECI) 54 Ekonomi, 4 Bölge Sonuçları



Kaynak: Global Girişimcilik İzleme Raporu 2018/2019

Ulusal Girişimcilik Durum Endeksi (NECI) 12 farklı kriter detayında hesaplanmaktadır. Sözkonusu kriterlerden bir kısmı devlet ve kurumların girişimciğe yönelik desteğini gösterirken, performansı ortalamanın altında olan diğer bir grup kriterde ise gidecek yolun olduğu ortaya konulmaktadır.

Türkiye Skoru: 5.1 Türkiye Sıralama: 29/54	Girişimcilik finansmanı	Devlet politikaları: destek ve uygunluk	Devlet politikaları: vergiler ve bürokrasi	Devlet: Girişimcilik programları	Okul çağı Girişimcilik Eğitimleri	Okul sonrası evre Girişimcilik Eğitimleri
TÜRKİYE NECI Skorları (ağırlıklı ortalama)	4.76	4.54	3.47	4.18	2.76	5.05
Türkiye NECI Sıralama: /54	21	24	36	32	35	20
Global Girişimcilik İzleme (ortalama skor)	4.29	4.37	3.88	4.49	3.14	4.79

	ARGE Transferi	Ticari ve hukuki altyapı	İç Pazar Dinamikleri	İç Pazar Kısıtları	Fiziksel Altyapı	Kültürel ve Sosyal Normlar
TÜRKİYE NECI Skorları (ağırlıklı ortalama)	4.50	5.53	6.22	4.19	6.07	5.00
Türkiye NECI Sıralama: /54	14	13	10	28	36	24
Global Girişimcilik İzleme (ortalama skor)	3.95	4.90	5.27	4.20	6.32	4.84

Kaynak: Global Girişimcilik İzleme Raporu 2018/2019

Girişimcilik ikliminin toplamda 12 kriter detayında ölçümlendiği endekse göre Türkiye sıralama açısından girişimcilik finansmanı, devlet politikaları desteği, ARGE transferi, ticari & hukuki altyapı ve iç pazar kısıtları kriterlerinde ilk 25 ülkenin içinde yer alıyor. Bu veriler devletin ve kurumların girişimleri destekleme konusunu önceliklendirdiğine yönelik ipuçları veriyor.

Vergiler & bürokrasi, devletin sunduğu girişimcilik programları, okul çağındaki girişimcilik eğitimi ve fiziksel altyapı konularında ortalamanın altında bir performans sergileniyor.

Türkiye'nin daha fazla sayıda kadın girişimciye ihtiyacı var. Türkiye, Global Girişimcilik İzleme Raporuna göre, her ne kadar erken-aşama aktivite toplamında iyi bir konuma sahip olsa da, kadın girişimcilerin erkeklere oranı açısından geride kalan 6 ülkeden biri konumunda.

2018 yılı Global Girişimcilik İzleme Raporuna göre araştırma kapsamında yer alan 49 ekonomi içinde 6'sı benzer seviyede kadın/erkek girişimci oranına sahip:

- Endonezya & Tayland
- Panama
- Katar, Madagaskar, Angola

Kadın girişimcilerin erkeklerin yarısından daha az bir oranda olduğu ülkeler ise:

- Slovenya, Yunanistan, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık ve Türkiye

Türkiye, girişimciliğin yüksek oranda bir kariyer tercihi olarak görüldüğü az sayıda ülkeden biri.

- Ülkenin ekonomik koşulları ve yeterli sayıda iş olmaması bunu tetikleyen unsurlardan biri olsa da, iş fırsatı yaratma beklentisinin yüksek oluşu da toplumsal olarak bu konuya yaklaşımımızın bir göstergesi.

Girişimcilik ile ilgili toplumsal tutumu şekillendiren pek çok unsur var. Avrupa ülkelerinde girişimciliğin bir kariyer tercihi olarak görülme oranı düşük, bu konuda istisnalar (%80 ve üzeri ülkeler):

- Polonya, Hollanda ve Türkiye

ARAŞTIRMA TASARIMI



Araştırma Tasarımı

AMAÇ

KAGİDER, Türk Tuborg A.Ş. ile birlikte, kadın girişimcilerin profilini, iş kurma sürecindeki deneyimlerini, iş hayatındaki motivasyonlarını ve zorluklarını anlamak ve bu konuyu bir sosyal sorumluluk projesi olarak ele almak istemektedir.

YÖNTEM

Ipsos tarafından gerçekleştirilen araştırmada online anket (CAWI) yöntemi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ipsos tarafından hazırlanan anket linki KAGİDER tarafından sağlanan iletişim bilgileri aracılığıyla gönderilmiş ve katılımı artırmak üzere hatırlatma e-mailleri gönderilmiştir.

ÖRNEKLEM

Araştırmanın örneklemini online anket davetini kabul eden ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan 438 kadın girişimcidir.

SAHA TARİHLERİ

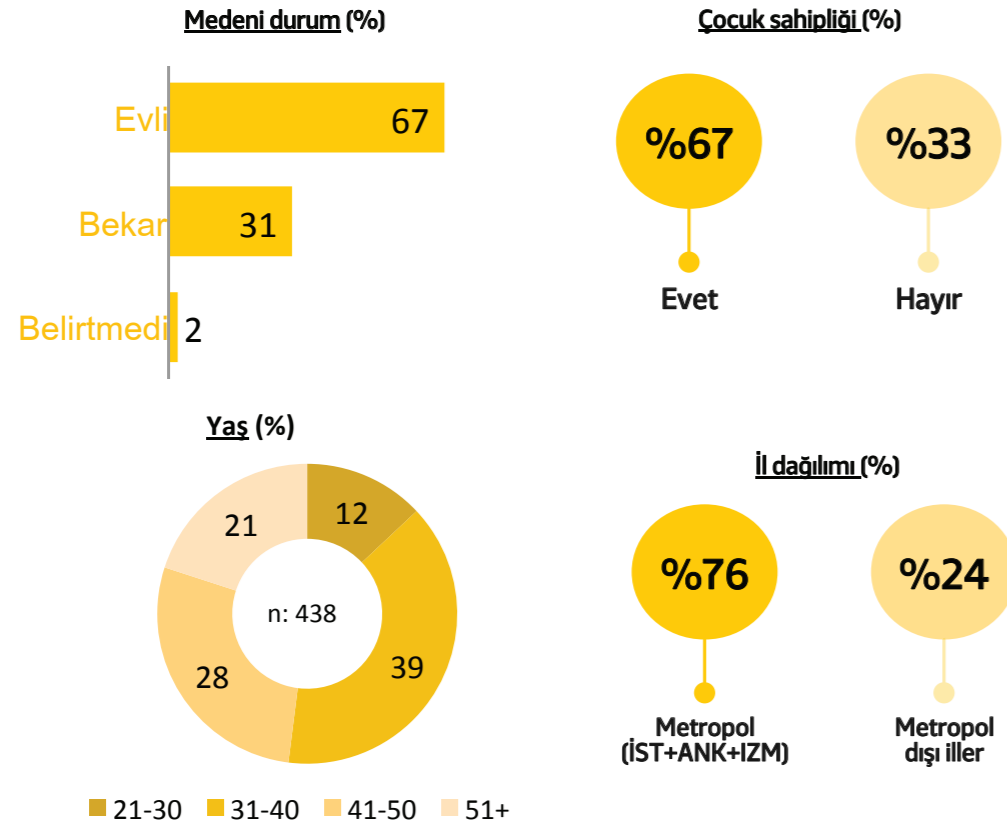
Çalışmaya ait veri 31.07.2018-31.07.2019 tarihleri arasında toplanmıştır.

KATILIMCI VE ŞİRKET PROFİLİ

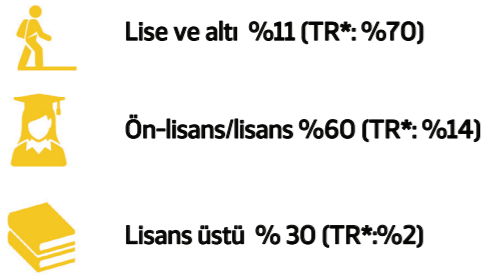


Katılımcıların Profili

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %67'si evli, %67'si çocuk sahibi, yaklaşık yarısı (%51) 40 yaş altı girişimcilerden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumu Türkiye genelinin oldukça üzerindedir. Kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak metropolden, diğer bir deyişle İstanbul, Ankara ve İzmir'den gelmesinin de bu sonuçta etkili olduğu söylenebilir.

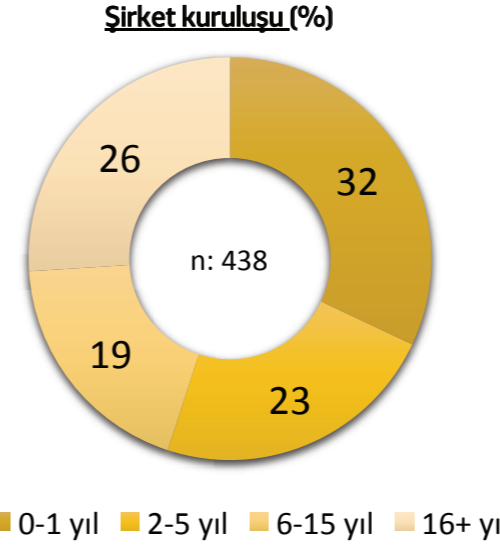


Eğitim durumu (%)



*Kaynak: TÜİK 2017 15+yaş bitirilen eğitim düzeyi

Şirket Profili



Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kurdukları girişimler şirket kuruluş yıllarına göre incelendiğinde %26 oranında şirketin 16 yıl ve üzeri süredir faaliyet gösterdiği göze çarpmaktadır.

Çalışma kapsamındaki girişimlerin %32'si ise yeni kurulan ve/veya erken aşama girişim statüsündedir.

[Global Girişimcilik İzleme Raporu'na göre erken aşama bir girişim şirketin aktif olarak başlangıç tarihini takiben şirket sahipliği ve yönetiminde ilk 42 aylık süreci ifade etmektedir.]

Kadın girişimcilerin kurduğu şirketlerin %56'sı 1-5 çalışanlı şirket statüsünde yer almaktadır. Söz konusu girişimlerin %16'sında ise hiç erkek çalışan bulunmamaktadır.



ÇALIŞAN SAYISI	TOPLAM (%)	KADIN (%)	ERKEK (%)
0 çalışan	-	-	16
1 çalışan	18	26	18
2 - 3 çalışan	24	33	-
4- 5 çalışan	14	10	-
6 - 10 çalışan	13	9	6
11 - 20 çalışan	8	7	15
21 - 50 çalışan	10	8	16
50+ çalışan	13	6	29
TOPLAM	%100	%100	%100

"S8. Şirketiniz kaç yılında kuruldu?"

"S15. Kendinizi de sayarak, hem yarı zamanlı hem de tam zamanlı çalışanları ve vardiyalı çalışanları da dahil ederek çalışan sayılarınızı paylaşır mısınız?"

Şirket Profili

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kurdukları şirketlerin faaliyet alanları incelendiğinde, önde gelen sektörlerin toptan ve perakende ticaret (%24) ve imalat (%20) olduğu göze çarpmaktadır.

Sonuçlar Türkiye geneli TÜİK ekonomik faaliyet sınıflaması ile karşılaştırıldığında; perakende ticaretin yine öncü sektör olduğu ancak oran olarak daha yüksek gerçekleştiği, bunu takiben ulaştırma ve depolama sektörünün geldiği ve imalatın görece daha düşük olduğu görülmektedir.

Kadın girişimciler ağırlıklı olarak; bilgi ve iletişim, bilimsel ve teknik faaliyetler, idari ve destek hizmet faaliyetleri vb. hizmet sektörünün alt kollarını tercih etmektedir.

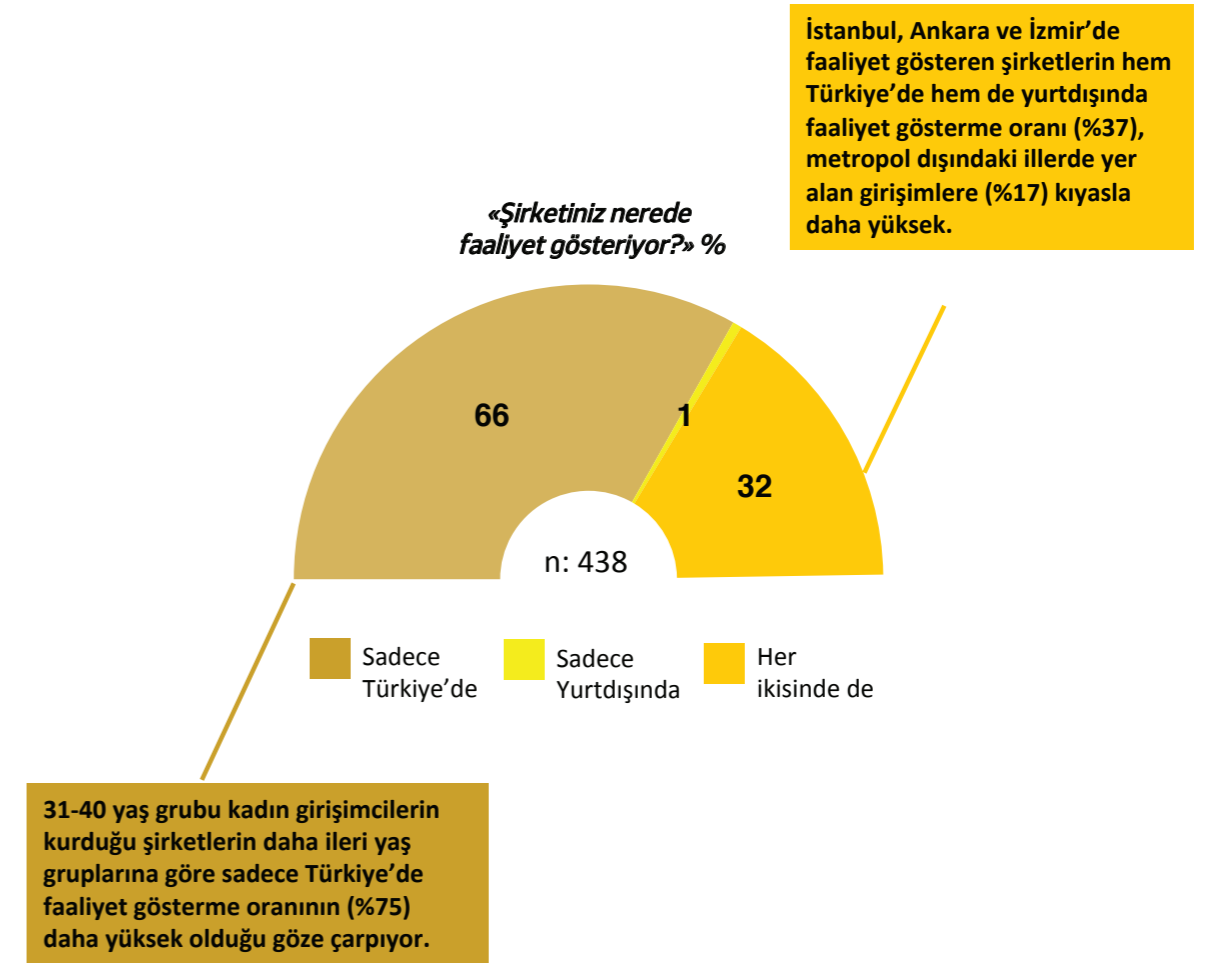
SEKTÖR	Araştırma (%)	Türkiye Geneli (%)
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	1.4	0.9
Madencilik ve taş ocaklığı	0.5	0.2
İmalat	19.6	11.6
Elektrik, gaz, buhar, su temini	0.2	0.4
İnşaat	3.9	7.7
Toplan ve perakende ticaret	24.0	34.6
Ulaştırma ve depolama	0.7	14.7
Konaklama ve yiyecek hizmetleri	4.3	8.9
Bilgi ve iletişim	8.7	1.2
Finans ve sigorta faaliyetleri	1.6	0.6
Gayrimenkul faaliyetleri	0.2	1.8
Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	8.9	6.1
İdari ve destek hizmet faaliyetleri	8.2	1.6
Kamu yönetimi ve savunma	0.7	0.0
Eğitim	3.4	0.9
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	3.0	1.3
Kültür, sanat, eğlence, dinlenme ve spor	3.2	1.0
Diğer hizmet faaliyetleri	7.5	6.4
TOPLAM	100	100

"S11. Şirketinizin ekonomik faaliyet alanı nedir?"

Kadın girişimcilerin kurduğu her 3 şirketten 1'i hem Türkiye'de hem de yurtdışında yurtdışı ofisi/merkezi aracılığıyla ve/veya ihracat-ithalat yaparak faaliyet gösteriyor.

Araştırma kapsamında yurtdışında faaliyet gösterme herhangi bir yurtdışı bağlantısı sahibi olma anlamında genel çerçevede sorgulanmıştır.

[Uluslararası faaliyet gösteren şirket tanımı, GEM raporuna göre, satışların %25'i ve üzerinin ulusal ekonomi dışındaki müşterilerden gelmesi olarak ifade ediliyor ve Türkiye bu konuda kendi bölgesi içinde orta seviyede.]



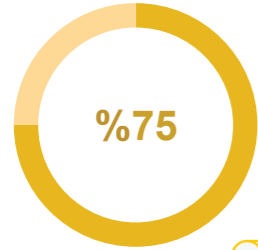
"S13A. Şirketiniz nerede faaliyet gösteriyor?"

Şirket Profili

Kadın girişimcilerin kurdukları şirketlere %75 oranında sahip oldukları görülüyor.

Şirket yaşı ve ciro seviyesi bu oranı etkileyen unsurlar arasında yer alıyor. Ciro seviyesindeki artışa paralel, şirketteki sahiplik yapısı da değişim gösteriyor. Araştırma kapsamında görüşülen firmalarda; erken aşama girişimlerde sahiplik oranının yüksek olduğu, yıllar itibariyle işletme sahiplik oranında düşüş kaydedildiği de göze çarpıyor.

«Siz bu işletmenin yüzde kaçına
sahipsiniz?» %



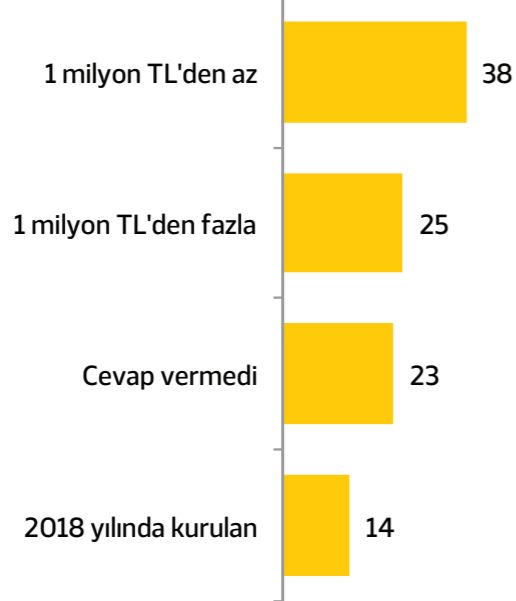
n: 435

- Ciro: < 1 milyon TL (%82)
- Ciro: > 1 milyon TL (%60)

Şirket yaşına göre sahiplik oranı (%)

ŞİRKET YAŞI	%
0-1 yaş	87
2-5 yaş	83
6-15 yaş	69
16+ yaş	56

Ciro dağılımı (%)



Görüşülen kadın girişimcilerin kurdukları şirketlerin ciro dağılımı incelendiğinde yaklaşık olarak her 10 girişimin 4'ünün (%25) 1 milyon TL üzeri ciro seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

2018 yılında kurulan şirketler ile birlikte %37 oranında girişim, ciro konusunda net bir bilgi paylaşmamaktadır.

"S12A. Siz bu işletmenin yüzde kaçına sahipsiniz?"

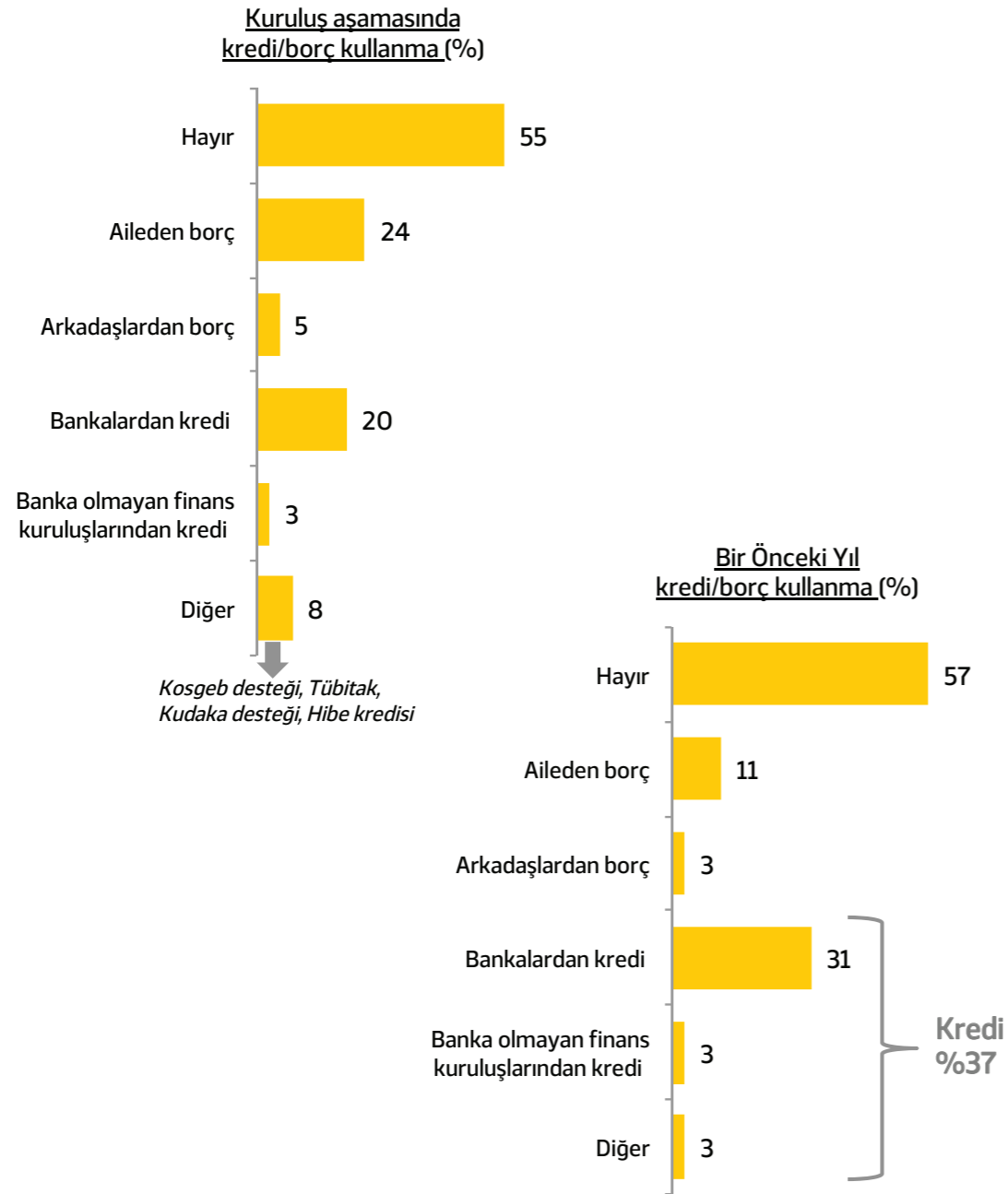
"S14. Vereceğiniz bütün bilgiler gizli tutulacaktır ve istatistiki amaçla kullanılacaktır. Şirketinizin 2017 yılı yıllık cirosunun hangi aralıkta olduğunu işaretler misiniz?"

GİRİŞİM GEÇMİŞİ



Girişim Geçmişi

Kadın girişimcilerin yaklaşık yarısı, şirketlerinin kuruluş aşamasında kredi ve borç almıyor. Kuruluş aşamasında aileden borç alma ilk sırada yer alırken ilerleyen süreçte bankalardan kredi kullanımı ilk sıraya yerleşiyor.



Yeni kurulan yaklaşık her 3 işletmeden 1'i kuruluş aşamasında aileden borç aldığını ifade ediyor.

Şirket ömrü 5 yıla kadar olan girişimlerin diğer kaynaklara, özellikle KOSGEB desteğine, başvurma oranı yüksek.

Kuruluş aşamasında kredi/borç kullanma (%)	0-1 yıl	2-5 yıl	6-15 yıl	16+ yıl	
Hayır	55	50	53	59	60
Aileden borç	24	30 ↗	25 ↗	12 ↘	23 ↗
Arkadaşlardan borç	5	6	8	2	4
Bankalardan kredi	20	15	23	31 ↗	17
Banka olmayan finans kuruluşlarından kredi	3	2	5	5	1
Diğer	8	11 ↗	11 ↗	2	4

Bir Önceki Yıl kredi/borç kullanma (%)	0-1 yıl	2-5 yıl	6-15 yıl	16+ yıl	
Hayır	57	70 ↗	55	56	44
Aileden borç	11	16 ↗	16 ↗	7	5
Arkadaşlardan borç	3	3	4	2	3
Bankalardan kredi	31	11 ↘	32 ↗	41 ↗	48 ↗
Banka olmayan finans kuruluşlarından kredi	3	2	3	2	3
Diğer	3	4	5	1	2

Bankalardan kredi kullanım oranında görülen artış, kadın girişimcilerin kurdukları şirketin yaşındaki büyüme ile paralellik gösteriyor; yeni kurulan şirketlerde %11 olan banka kredisi kullanımı, 16+ yıllık şirketlerde %48'e kadar yükseliyor.

"S16. Şirketinizin kuruluş aşamasında herhangi bir kredi veya borç aldınız mı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz?"
"S17. 2017 yılında şirketiniz herhangi bir kredi veya borç almış durumda mıydı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz."

"S16. Şirketinizin kuruluş aşamasında herhangi bir kredi veya borç aldınız mı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz?"
"S17. 2017 yılında şirketiniz herhangi bir kredi veya borç almış durumda mıydı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz."

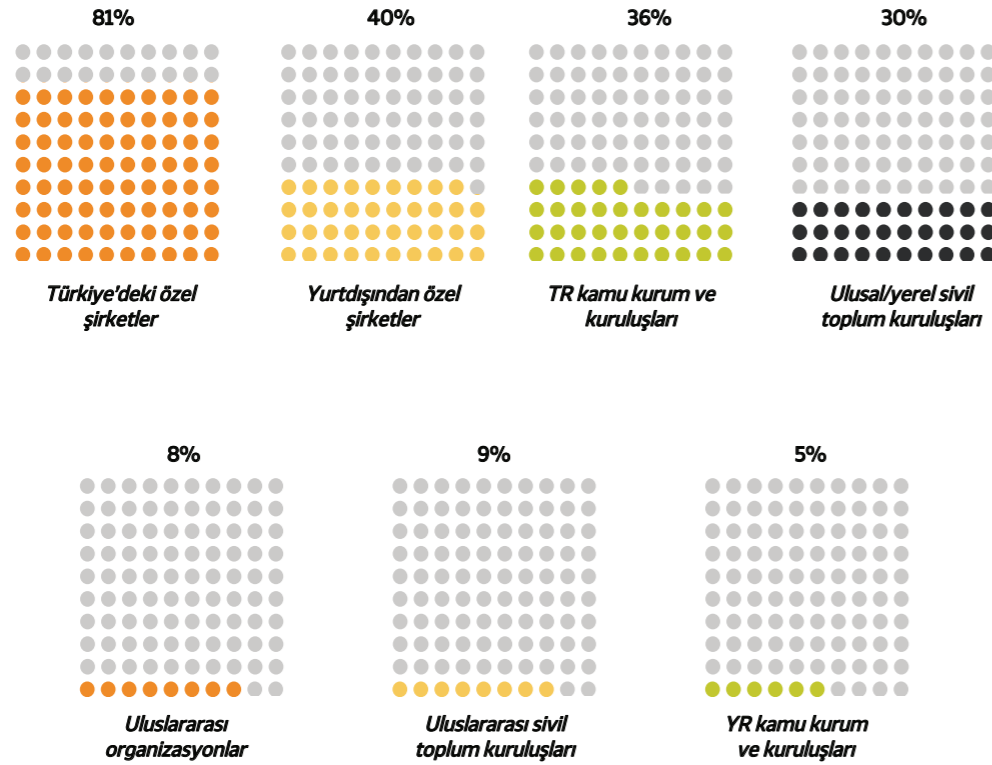
Girişim Geçmişi

Kadın girişimcilerin, yakın geçmişte, en fazla Türkiye'deki özel şirketler ile işbirliği yaptığı görülüyor.

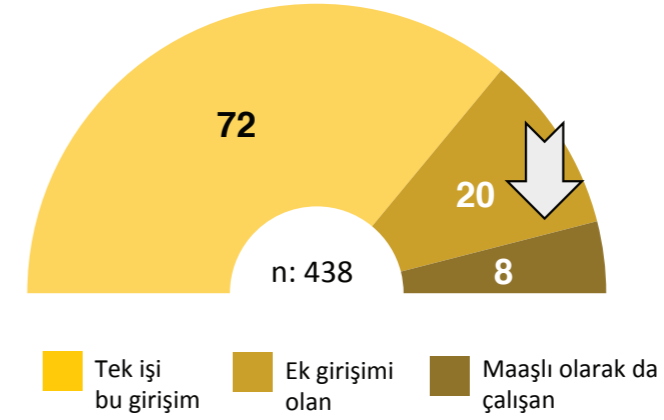
Türkiye'deki özel şirketler ile işbirliği yapma oranının, cirosu 1 milyon TL üzeri olan girişimlerde daha yüksek olduğu göze çarpıyor.

'Yurtdışından özel şirketler' en fazla belirtilen ikinci işbirliği türü. Bu grupta da işbirliği oranı ciro seviyesi artışı ile paralellik gösteriyor. İstanbul, Ankara ve İzmir'de yurtdışı ile işbirliği diğer illere göre daha yüksek oranda gerçekleşiyor.

İŞ BİRLİĞİ YAPILAN KURUM/KURULUŞ %



«Siz bu girişiminizin yanısıra başka bir işte çalışıyor musunuz?» %



Bu girişimim dışında <u>kendi hesabıma</u> başka bir girişimim var	%10
Bu girişimim dışında <u>işveren olarak</u> başka bir girişimim var	%10
TOPLAM	%20

Kadın girişimciler kurdukları şirkete odaklanıp (%72) diğer bir işte çalışmıyor.

Mevcut girişimleri dışında ek bir girişimi olan kadın girişimcilerin toplam oranı %20 seviyesinde. Bu gruba hem kendi hesabına çalışan hem de işveren olarak başkalarını istihdam eden kadın girişimciler de dahil ediliyor. Her 10 kadın girişimciden 1'inin kendi hesabına çalıştığı başka bir girişimi varken, başkalarını istihdam eden ve işveren konumunda ikinci bir girişimi daha olan kadın girişimciler de %10 oranında.

Mevcut girişimlerine ilaveten maaşlı olarak da çalışanlar tüm görüşülen kitlenin %8'ini oluşturuyor.

«S18. Son 12 ayı düşündüğünüzde, aşağıda yer alan kurum ve kuruluşlarla şirketiniz iş yaptı mı? Kar amacı güden tedarik, satış, ortaklık, vb. işbirliklerinin tümünü düşünebilirsiniz.»

«S18A. Siz bu girişiminizin yanı sıra başka bir işte çalışıyor musunuz?»

Girişim Geçmişi

Kadın girişimcilerin; şirket kurma, geliştirme ve satma oranı henüz düşük seviyede gerçekleşiyor.

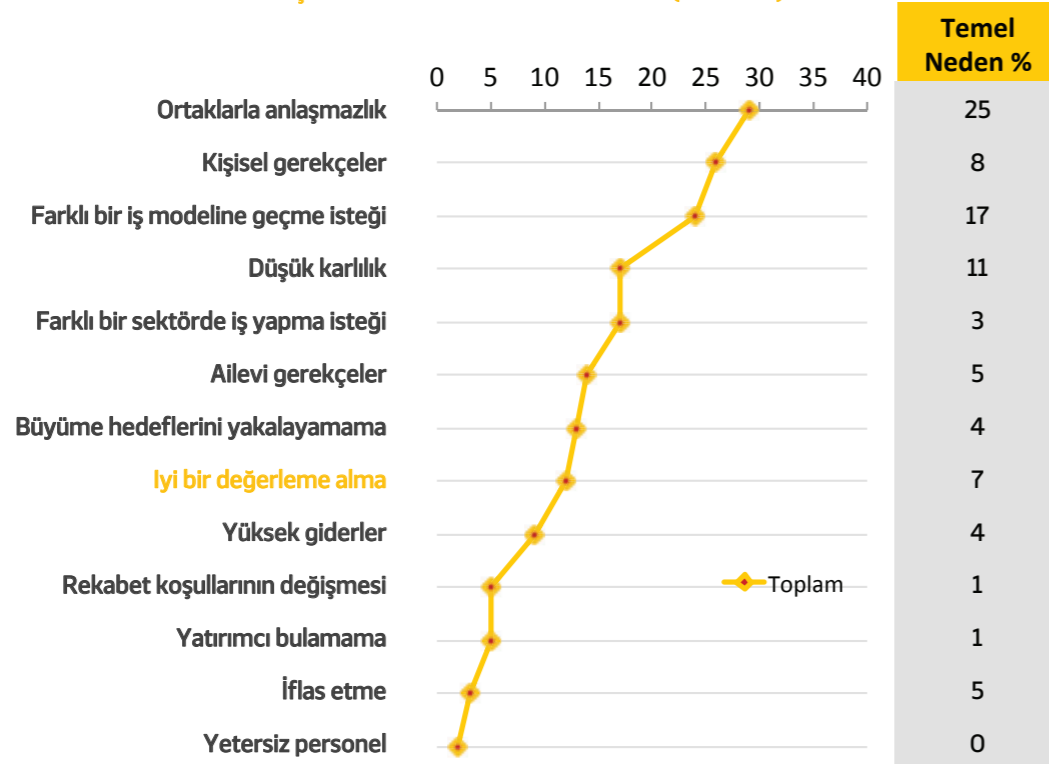
Satış nedenleri arasında iyi bir fırsat görüp değerlendirmekten ziyade, anlaşmazlık ve maddi sorunlar göze çarpıyor.

Son on yılda girişimlerini satanların temel satış nedenleri arasında; ortaklarla anlaşmazlık, düşük karlılık ve kişisel gerçekler ön plana çıkıyor.



17%
Şirket satma oranı

ŞİRKET HİSSELERİ SATMA NEDENİ (TOPLAM) %



n: 76

GİRİŞİMCİLİK ALGISI



"S19. Mevcut şirketiniz dışında, son 10 yıl içinde tek başınıza veya ortaklarınızla kurduğunuz ve hisselerinin tamamını veya çoğunluğunu sattığınız kaç şirket kurdunuz?" "S20. En son sattığınız şirketinizi düşündüğünüzde bu şirkete ait hisselerinizin tamamını veya çoğunluğunu satmanızın temel nedeni neydi?" "S21. Diğer nedenler neydi?"

Girişimcilik Algısı

Girişimcilik denilince kadın girişimcilerin ilk aklına gelen unsur; metropollerde daha çok "cesaret", metropol dışı illerde ise "güçlü olmak", diğer bir deyişle "tüm zorluklara göğüs germek" olarak karşımıza çıkıyor.

Kadın girişimci olmak cesaret, güç, bağımsızlık ve özgürlük gibi sıfatlarla özdeşleştiriliyor.

- Cesaret/cesur olmak (n:65)
- Güçlü olmak/tüm zorluklara göğüs germek (n:49)
- Bağımsızlık/özgürlük (n:40)
- Başarmak (n:33)



Kadın girişimci olmak aynı zamanda mücadele etme ve zorluklarla savaşma olarak değerlendiriliyor. Dezavantaj olarak görülebiliyor, hayal kırıklıkları barındırıyor.

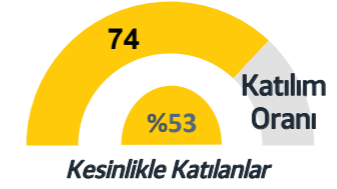
- Mücadele etmek/savaşmak (n:28)
- Zor/Zorluk (n:29)
- Dezavantaj (n:10)
- Ciddiye alınmamak (n:1)
- Hayal kırıklığı (n:2)



[Global Girişimcilik İzleme Raporu'nda girişimciliği teşvik eden iki ana unsur İHTİYAÇ (NECESSITY) ve FIRSAT (OPPORTUNITY) olarak belirtilmiştir.]

Ana motivasyon kaynağının "ihtiyaç" olması ülkenin ekonomik gelişmişlik seviyesi ile paralellik gösterse de, düşük-gelir seviyesindeki ülkelerden de pek çok girişimcinin "fırsat" ile motive olduğu ve ülke ekonomileri için azımsanmayacak ölçüde değer yarattıkları da görülmektedir.]

"O dönemde bu işte bir fırsat gördüm ve bunu değerlendirmek için girişimci oldum"



"Para kazanmak zorundaydım ve o dönemde kendi işimi kurmak tek çaremdi"



Araştırma kapsamında, Türkiye'deki kadın girişimcilerin, girişimcilik hikayelerinin başlangıç aşamasına yönelik "ihtiyaç" ve "fırsat" içeren ifadeler ile ilgili değerlendirmeleri alınmıştır.

Kadın girişimcilerin %74'ü girişimcilik hikayelerinin temelinde "ilgili dönemde bir fırsat görmenin ve değerlendirmenin" yer aldığı ifadesine katılmaktadır. Kadın girişimciler içinde evli olanların girişimcilik hikayesinin başlangıç aşamasını bir fırsat olarak değerlendirme oranı bekarlara kıyasla daha yüksektir.

Para kazanma zorunluluğu ve bu ihtiyaçla bir girişim kurmanın tek çare olduğunu belirtenlerin ortalaması ise "lise ve altı" eğitim düzeyinde ve "metropol dışındaki illerde" daha yüksektir.

"S22. Benim için kadın girişimci olmak...Lütfen aklınıza gelen ilk kelimeyi yazınız"

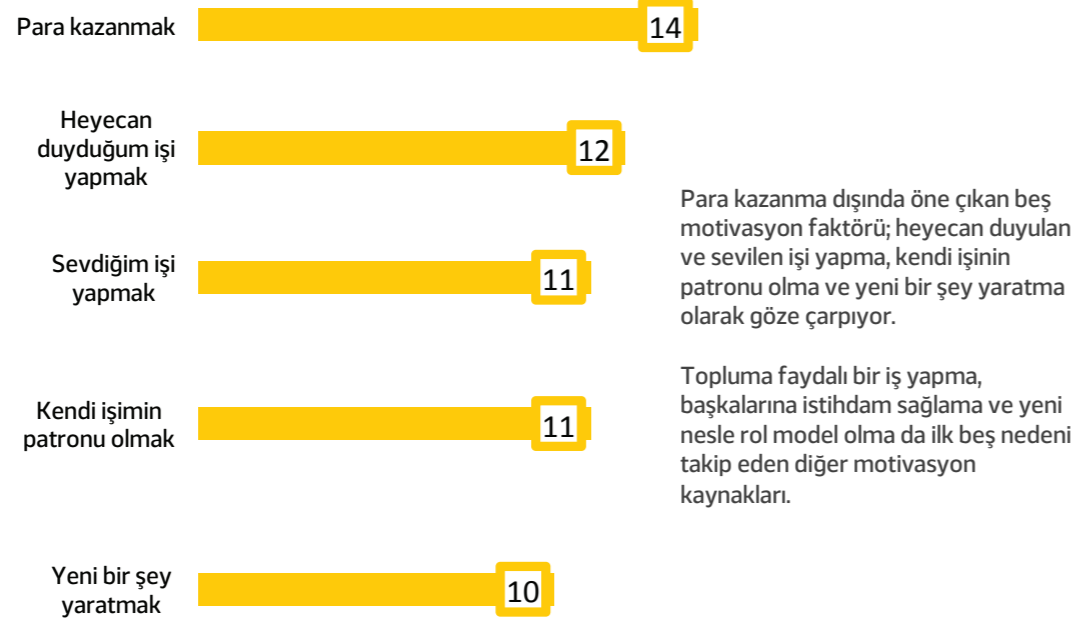
"S23. Girişimcilik hikayenizin başlangıcını düşündüğünüzde aşağıda yer alan ifadelere ne ölçüde katılıp katılmadığınızı "1 Kesinlikle katılmıyorum", "7 Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 7'li skala üzerinden paylaşır mısınız?"

Girişimcilik Algısı

Girişimcilik hikayesinin başlangıcında “fırsat yakalamak ve değerlendirmek” olsa da girişimci olmaya yönelik temel motivasyonlar arasında “para kazanmak” ilk sırada yer alıyor.

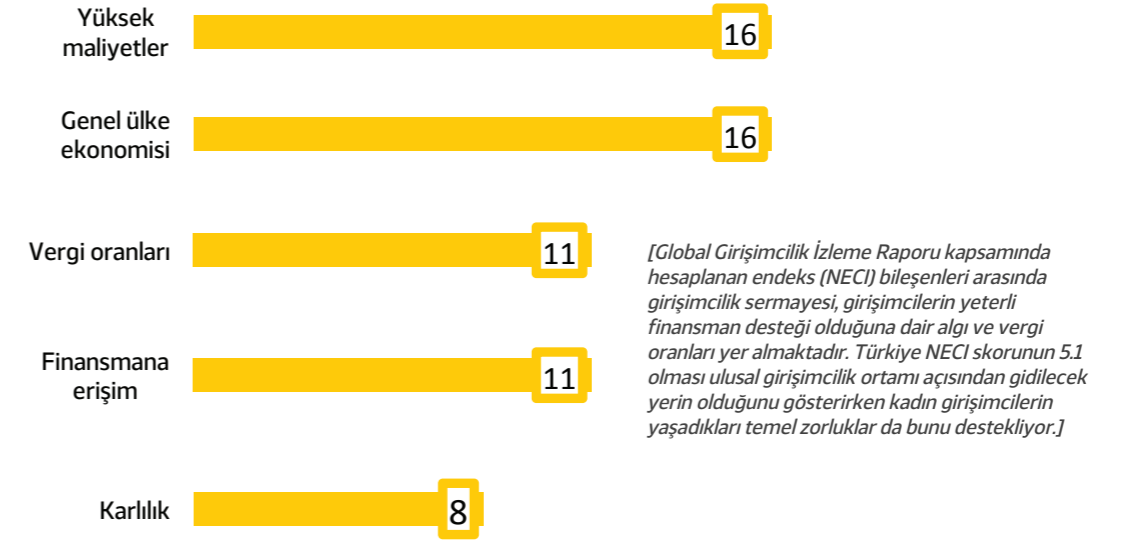
Kadın girişimcilerin yaşadığı temel zorlukların finansal kaynaklı oluşu dikkat çekiyor. “Yüksek maliyetler ve genel ülke ekonomisi” yaşanan zorlukların başında geliyor. Vergi oranları, finansmana erişim ve karlılık ülkenin genel konjonktürünü takip ediyor.

Temel Motivasyonlar Endeksi



Endeks hesaplama: Görüşmecilerin 1'den 5'e kadar sıraladığı temel motivasyonlarda ilk sırada belirtilen ifadenin oranı 5 ile, 2.sırada belirtilen 4 ile, 3.sırada belirtilen 3 ile, 4. sırada belirtilen 2 ile, 5.sırada belirtilen ise 1 ile çarpılarak ağırlıklı ortalaması alınır.

Temel Zorluklar Endeksi



Endeks hesaplama: Görüşmecilerin 1'den 5'e kadar sıraladığı temel zorluklarda ilk sırada belirtilen ifadenin oranı 5 ile, 2.sırada belirtilen 4 ile, 3.sırada belirtilen 3 ile, 4. sırada belirtilen 2 ile, 5.sırada belirtilen ise 1 ile çarpılarak ağırlıklı ortalaması alınır.

“S24. Girişimci olmaya yönelik temel motivasyonlarınız nelerdir? Maximum 5 motivasyonunuzu lütfen önem derecesine göre 1 en önemli olmak üzere 1'den başlayarak sıralayınız.”

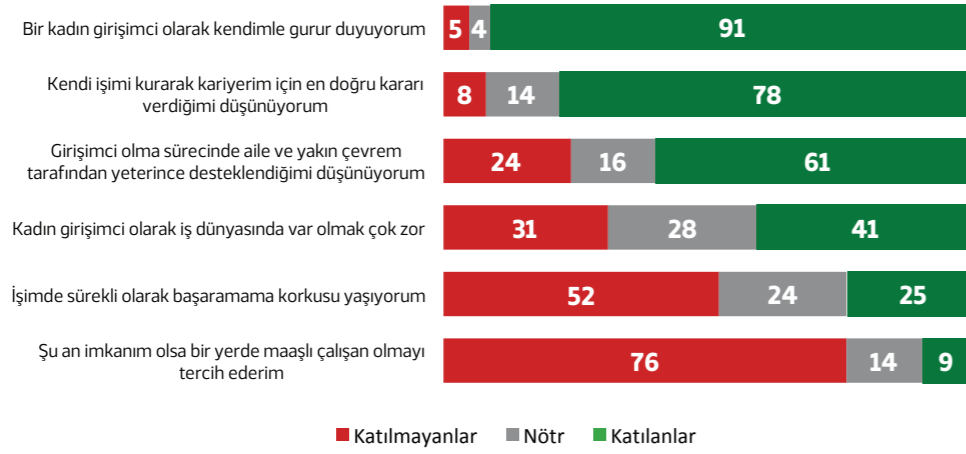
“S25. Girişimci olarak yaşadığınız zorluklar nelerdir? Zorluk yaşadığınız maximum 5 konuyu lütfen önem derecesine göre 1 en önemli olmak üzere 1'den başlayarak sıralayınız.”

Girişimcilik Algısı

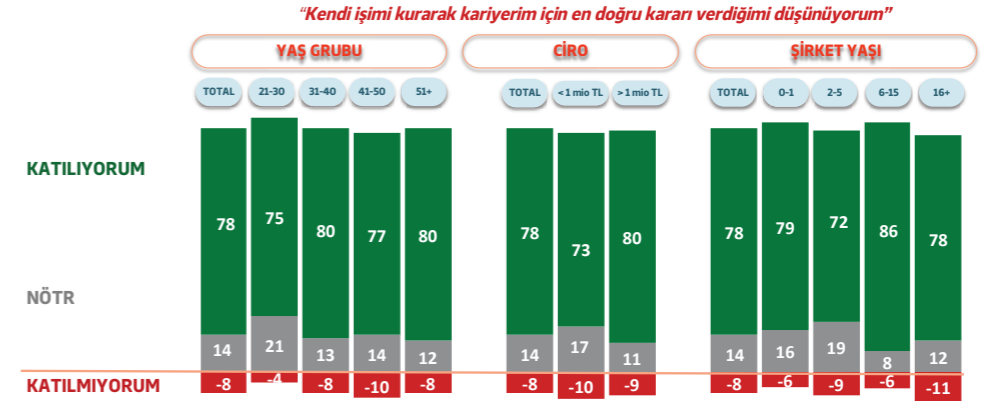
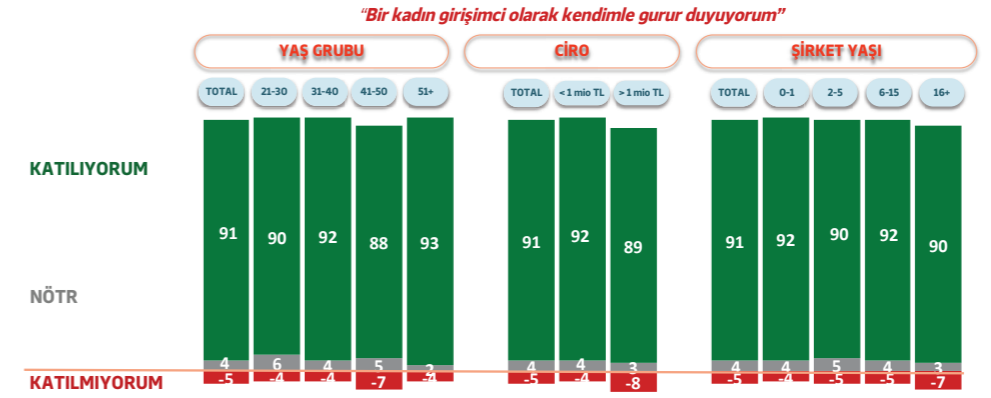
Girişimci olmaya yönelik paylaşımlarda kadın girişimcilerin kuvvetli pozitif duygulara değinen yorumları bulunuyor.

Her 10 kadın girişimciden 9'u bir kadın girişimci olarak kendileri ile gurur duyma ifadesine katılmaktadır. Kendi işlerini kurma kararının doğruluğunu da büyük ölçüde destekleyen yorumlarda bulunan kadın girişimciler, büyük ölçüde aile ve yakın çevreleri tarafından destekleniyor. Kadın girişimci olarak iş dünyasında var olmanın zorluğu hem eleştirilen hem de kabul edilen bir konu.

GİRİŞİMCİLİK ALGISI%



Yaş gruplarından, kurdukları şirketin yaşından veya şirketin cirosundan bağımsız olarak kadın girişimcilerin hepsi kendileri ile gurur duyuyor. Kadın girişimcilerin kendi işlerini kurarak doğru karar verdiklerini düşünme oranı ciro seviyesindeki artış ile birlikte yükseliyor. Girişimci olma sürecinde, kadın girişimciler, farklı yaş seviyelerinde veya girişim sahipliği statüsünde de olsa aileleri ve yakın çevreleri tarafından büyük ölçüde destekleniyor.



"S28. Girişimci olmaya yönelik aşağıda yer alan her bir ifadeye ne ölçüde katılıp katılmadığınızı "1 Kesinlikle katılmıyorum", "7 Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 7'li skala üzerinden paylaşır mısınız?"

"S28. Girişimci olmaya yönelik aşağıda yer alan her bir ifadeye ne ölçüde katılıp katılmadığınızı "1 Kesinlikle katılmıyorum", "7 Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 7'li skala üzerinden paylaşır mısınız?"

Girişimcilik Algısı

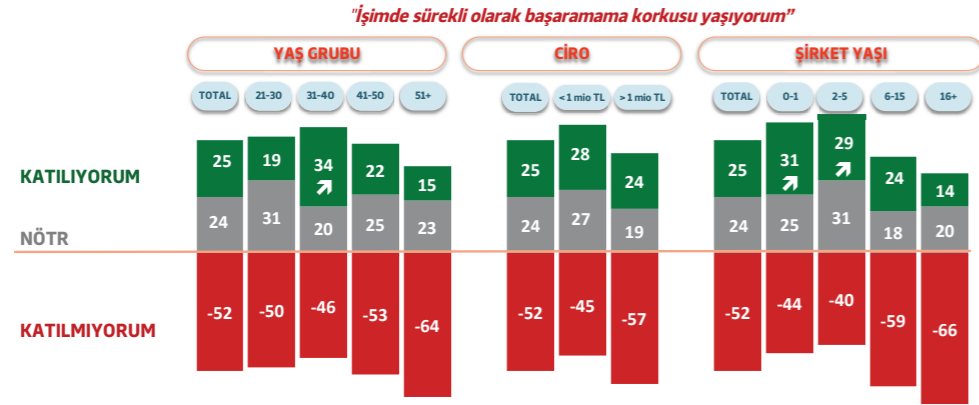
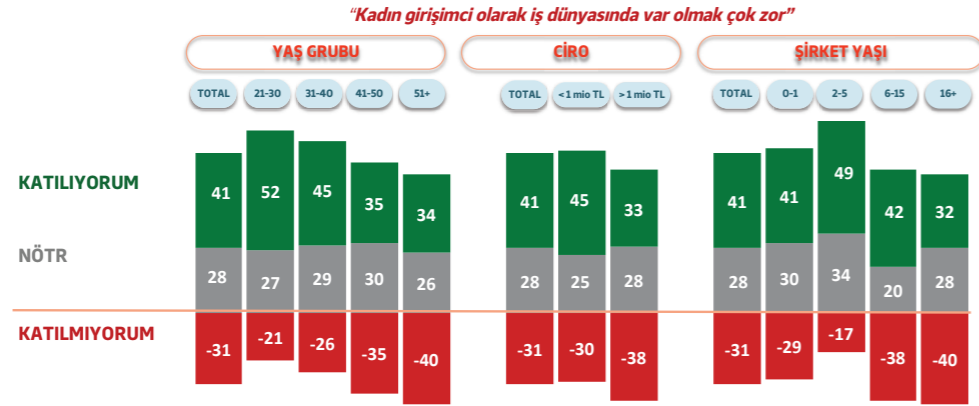
Kadın girişimciler içinde 31-40 yaş grubu, işinde daha fazla başarısızlık korkusu yaşıyor. Genç girişimcilerin "olası başarısızlık durumunda maaşlı bir işe dönme ihtimali" ve görece yaşlı grubun ise "ikinci bir kariyer tercihi olarak girişime yönelme" ihtimali bu durumu açıklıyor. Şirket yaşı da başarı korkusunu tetikleyen bir unsur. Kuruluş yılları endişeyi de beraberinde getiriyor. Kadın girişimcilerin iş kurma kararının arkasında durduğu ve şu an imkanları olsa büyük çoğunluğun maaşlı bir yerde çalışmayı tercih etmediği görülüyor.

Kadın girişimciler kendilerini 'borcuna sadık' olarak niteliyor.



Lise ve altı eğitim seviyesinde daha yüksek oranda risk alma söz konusu.

Genç (30 yaş altı) kadın girişimciler teknoloji tabanlı işleri daha fazla tercih ediyor. Metropol dışındaki illerde, kadın girişimcilerin fırsatları değerlendirmek için girişimci olduğu ve teknoloji tabanlı işleri tercih ettiği daha fazla belirtiliyor.



- Borcuna sadıktır
- Para yönetiminde iyidir
- Mütevazidir
- Mikro/küçük işletme sahibidir
- İşini büyütme potansiyeli yüksektir
- İş yaşamında hemcinslerini tutar, destekler
- İhtiyaçtan girişimci olur
- Fırsatları değerlendirmek için girişimci olur
- Krediyeye erişimde zorluk yaşar
- Risk almayı sever
- Teknoloji tabanlı işleri tercih eder

Katılım (%)	Ort (/10)	Katılım oranı Anlamlı olarak yüksek
83	8.7	30+ yaş
67	7.9	
58	7.4	
55	7.2	30+ yaş
49	7.2	
48	6.7	
47	6.6	
43	6.7	Metropol dışı iller
40	6.2	
34	6.2	Lise ve altı eğitim
19	5.3	Metropol dışı iller, 21-30

* Katılım oranı: 1-Hiç Uygun değil 10-Tamamen uygun seçenekleri içinde 8+9+10 diyenleri ifade etmektedir.



«S29. Genel olarak kadın ve erkek girişimcileri düşündüğünüzde, sizce ekranda yer alan her bir ifade kadın ve erkek girişimciler için ne ölçüde uygundur? Lütfen "1- Hiç uygun değil", "10-Tamamen uygun" olacak şekilde 1-10 arasında yanıt veriniz.»

Girişimcilik Algısı

Kadın girişimciler içinde 31-40 yaş grubu, içinde daha fazla başaramama korkusu yaşıyor. Genç girişimcilerin" olası başarısızlık durumunda maaşlı bir işe dönme ihtimali" ve görece yaşlı grubun ise "ikinci bir kariyer tercihi olarak girişime yönelme" ihtimali bu durumu açıklıyor. Şirket yaşı da başarı korkusunu tetikleyen bir unsur. Kuruluş yılları endişeyi de beraberinde getiriyor. Kadın girişimcilerin iş kurma kararının arkasında durduğu ve şu an imkanları olsa büyük çoğunluğun maaşlı bir yerde çalışmayı tercih etmediği görülüyor.

Kadın girişimcilerin eş ve ailelerinden sonraki en büyük destekçileri, kendileri gibi iş kurmuş olan diğer kadın girişimci arkadaşları.

Eğitim seviyesi ve şirketin ciro düzeyinin destek alınan kişi/kurumlar ile ilişkisi var. Eğitim seviyesi arttıkça sektördeki iletişim ağlarından, üniversite hocalarından destek alma oranı anlamı ölçüde artış kaydediyor. Lise ve altı eğitim düzeyinde hiçbir yerden destek almama durumu söz konusu. Ciro seviyesinin artışı ise sivil toplum kuruluşlarından ve profesyonel koçluk hizmetlerinden destek alma oranını artırıyor.

	Kadın girişimcilerin kadın girişimcilere yönelik algısı	Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere yönelik algısı
		
Borcuna sadıktır	8.7	5.5
Para yönetiminde iyidir	7.9	6.8
Mütevazidir	7.4	4.7
Genellikle mikro/küçük işletme sahibidir	7.2	5.0
İşini büyütme potansiyeli yüksektir	7.2	7.6 1
Fırsatları değerlendirmek için girişimci olur	6.7	7.4 3
İş yaşamında hemcinslerini tutar, destekler	6.6	7.0
İhtiyaçtan girişimci olur	6.7	6.0
Risk almayı sever	6.2	7.5 2
Krediye erişimde zorluk yaşar	6.2	5.0
Teknoloji tabanlı işleri tercih eder	5.3	7.2

1-2	3-4	5-6	7-8	9-10
Hiç Uygun değil				Tamamen uygun

*AİLEM grubu: Annem/Babam, Kardeşim/Kardeşlerim, Diğer Aile Bireylerim

** ARKADAŞLARIM grubu: Girişimci olmayan kadın arkadaşlarım, Girişimci olmayan diğer erkek arkadaşlarım

İŞLE İLGİLİ DESTEK ALINAN KİŞİ/KURUMLAR (%)	GRUPLAR (↗)
Eşim/partnerim	49
AİLEM*	40
Kadın girişimci arkadaşlarım	35
Türkiye'deki sektörel networkler (iletişim ağları)	16 Lise üzeri
Türkiye'de üyesi olduğum sivil toplum kuruluşları	14 1 milyon TL üzeri ciro
Profesyonel koçluk / danışmanlık hizmetleri	13 1 milyon TL üzeri ciro
ARKADAŞLARIM**	13
Erkek girişimci arkadaşlarım	12
Yurtdışındaki sektörel network (iletişim ağları)	7
Türkiye'den mesleki örgütler	6
Üniversiteden / okuldan hocalarım	5 Lisansüstü/doktora
Hiçbir yerden destek almıyorum	28 Lise ve altı, Metropol dışı iller

*AİLEM grubu: Annem/Babam, Kardeşim/Kardeşlerim, Diğer Aile Bireylerim

** ARKADAŞLARIM grubu: Girişimci olmayan kadın arkadaşlarım, Girişimci olmayan diğer erkek arkadaşlarım

"S26. İşinizle ilgili herhangi bir zorluk yaşadığınızda veya yardıma ihtiyaç duyduğunuzda işyeriniz dışında en çok kim/ nereden destek alıyorsunuz?" S27. Başka kimlerden/nerelelerden destek alıyorsunuz?"

"S26. İşinizle ilgili herhangi bir zorluk yaşadığınızda veya yardıma ihtiyaç duyduğunuzda işyeriniz dışında en çok kim/ nereden destek alıyorsunuz?" S27. Başka kimlerden/nerelelerden destek alıyorsunuz?"

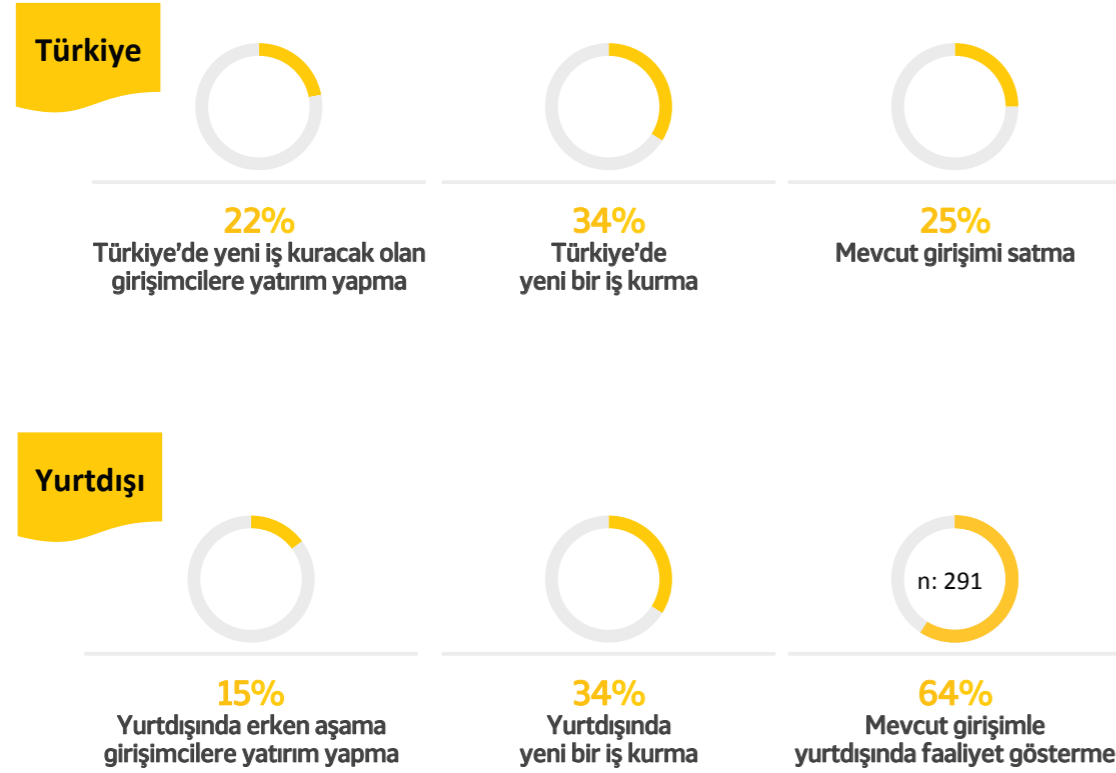
GELECEK - PLANLARI VE İHTİYAÇLAR



Gelecek Planları & İhtiyaçlar

Kadın girişimciler yurtdışına açılmak istiyor.

Kadın girişimcilerin gelecek planlarının içinde, "mevcut girişimleri ile yurtdışında faaliyet gösterme" %64'lük oran ile ön planda. Türkiye'de yeni bir iş kurma (%34) ve yurtdışında yeni bir iş kurma (%34) ise geleceğe yönelik ihtiyaçlar içinde yurtdışına açılmayı takip eden diğer iki konu. "Girişimcilere yatırım yapma" ise iş kurmaya oranla daha az sayıda kadın girişimcinin gelecek planları arasında yer alıyor.



Gelecek planları açısından değerlendirmelerde "şirket yaşı" belirleyici bir kriter.

- Kadın girişimcilerin mevcut girişimle yurtdışına açılma isteği özellikle yeni kurulan girişimlerde ve şirket yaşı 2-5 yıl olan grupta daha fazla.
- Türkiye'de yeni bir iş kurma ve mevcut girişimi satma planı şirket yaşı 2 yılını doldurmuş olan kadın girişimciler nezdinde daha sık dile getiriliyor.

ŞİRKET YAŞI (%)	Toplam	0 -1 yıl	2 -5 yıl	6 - 15 yıl	16+ yıl
Türkiye'de yeni iş kuracak olan girişimcilere yatırım	22	20	16	27	27
Türkiye'de yeni bir iş kurma	34	23 ↓	36 ↗	40 ↗	40 ↗
Mevcut girişimi satma	25	16 ↓	29 ↗	33 ↗	28 ↗
Yurtdışında erken aşama girişimcilere yatırım	15	11	11	16	21
Yurtdışında yeni bir iş kurma	34	28	39	42	31
Mevcut girişimle yurt dışında faaliyet gösterme	64	73 ↗	72 ↗	58	44

Kadın girişimcilerin gelecek planları yaş ve eğitim ile de değişkenlik gösteriyor.

- Türkiye'de yeni bir iş kurma konusunda lise ve altı eğitim seviyesindeki grup daha hevesli (%51) görünüyor. Mevcut girişimi satma konusunda ise lisansüstü eğitilmiş grubun eğilimi (%35) daha yüksek.
- 21-30 yaş grubu kadın girişimciler için yurtdışında yeni bir iş kurma (%48), mevcut girişimi satma (%40) diğer yaş gruplarına göre gelecek planlarında daha yüksek oranda yer alıyor.

(%)	Toplam	21-30	31-40	41-50	51+	Lise altı	Önlis/ Lisans	Lisans üzeri
Türkiye'de yeni iş kuracak olan girişimcilere yatırım	22	25	15	26	30	26	23	19
Türkiye'de yeni bir iş kurma	34	37	27	37	40	51 ↗	31	34
Mevcut girişimi satma	25	40 ↗	16	24	36	17	22	35 ↗
Yurtdışında erken aşama girişimcilere yatırım	15	23	9 ↓	17	19	23	16	10
Yurtdışında yeni bir iş kurma	34	48 ↗	30	37	31	34	33	37
Mevcut girişimle yurt dışında faaliyet gösterme	64	77	67	64	47	67	66	58

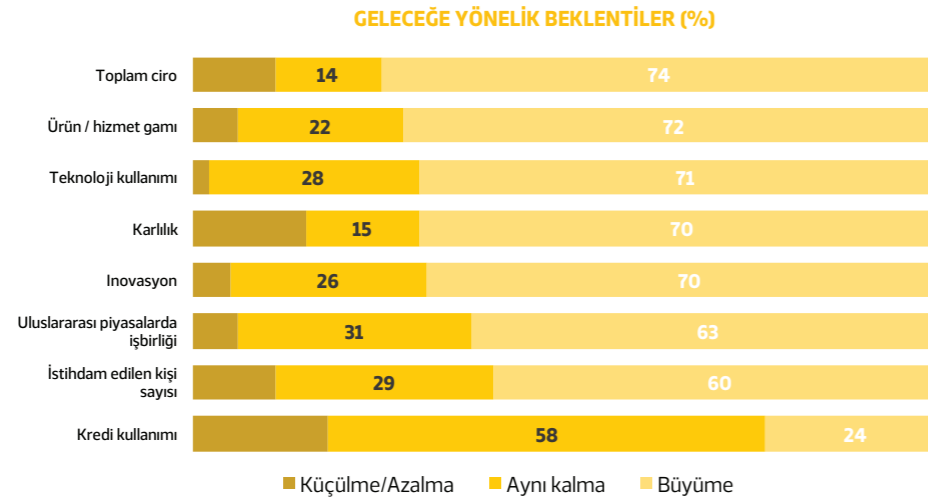
«S30. Bir girişimci olarak önümüzdeki 12 aya ilişkin planlarınız nelerdir?»

«S30. Bir girişimci olarak önümüzdeki 12 aya ilişkin planlarınız nelerdir?»

Gelecek Planları & İhtiyaçlar

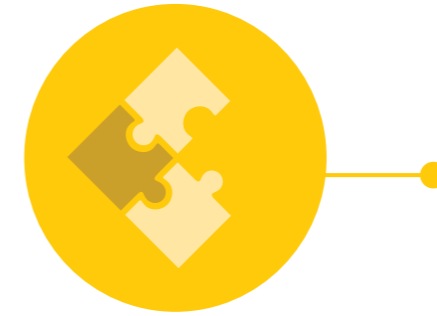
Kadın girişimcilerin geleceğe yönelik değerlendirmeleri umut vad ediyor.

Toplam ciro, ürün gamı, teknoloji kullanımı, karlılık ve inovasyon gibi konularda büyüme öngörüsü hakim. Kredi kullanımı konusunda ise önümüzdeki bir yıl benzer seviyede kalma planının ağırlıkta olduğu göze çarpıyor. Bu durum, girişimcilerin mevcut yatırımlarının geri dönüşünü almayı umduğu bir yıl olarak da değerlendirilebilir.



Alınan Eğitimler (%)

	(%)	Eğitim alma	Online eğitim
• Pazarlama (marka, ürün iletişimi)	→	54	27
• Dijital/online pazarlama	→	39	46
• Liderlik	→	39	18
• Satış	→	32	29
• Proje yazma ve başvuru eğitimleri	→	27	
• Finansman kaynaklarına erişim	→	27	32
• Muhasebe	→	24	30
• Dijital/online satış	→	24	46
• Tasarım odaklı düşünme	→	18	29
• Ticaret hukuku	→	18	31
• Genel teknoloji kullanımı	→	18	33



Kadın girişimciler nezdinde pazarlama (marka, ürün iletişimi, dijital) alanındaki eğitimler ön planda yer alırken; liderlik, satış ve proje eğitimleri bunları takip ediyor.

Genç girişimcilerin ise proje yazma ve tasarım odaklı düşünme alanlarında eğitim alma eğilimi yüksek.

«S31. Mevcut girişiminiz / şirketiniz açısından gelecek 12 ayı düşündüğünüzde aşağıda yer alan çeşitli alanlardaki beklentiniz nedir?»

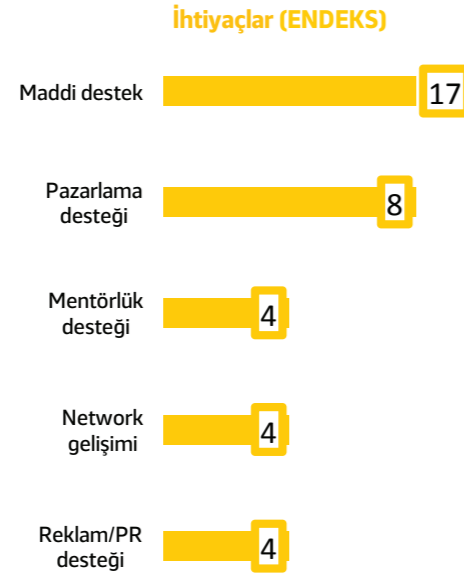
“S32. Son 5 sene içinde girişimcilikle ilişkilendirilebilecek hangi alanlarda eğitim aldınız?”
“S33. Aldığınız eğitim online mıydı?”

Gelecek Planları & İhtiyaçlar

Kadın girişimcilerin en çok ihtiyaç duyduğu konu finansal destek.

Pazarlama ve satış alanındaki destek maddi beklentileri takip ediyor. Bir işletmenin sahip olduğu temel fonksiyonların başlangıç aşamasındaki girişimlerde bulunmaması, bu ihtiyaçların dışarıdan temin edilmesi gerekliliğini doğuruyor.

Mentörlük ve network gelişimi, diğer bir deyişle ilişki ağının güçlenmesi, finansal alanda kaynaklara erişen girişimlerin büyüme süreci ile paralel gelişen ikincil ihtiyaçları olarak nitelendirilebilir.



Endeks hesaplama: Görüşmecilerin 1'den 3'e kadar sıraladığı ihtiyaçlarda ilk sırada belirtilen ifadenin oranı 3 ile, 2.sırada belirtilen 2 ile, 3.sırada belirtilen 1 ile çarpılarak ağırlıklı ortalaması alınır.

"S34. Bundan sonra girişimcilikle ilişkilendirilebilecek hangi alanlarda desteğe ihtiyaç duyuyorsunuz? Lütfen en çok ihtiyaç duyduğunuz 3 desteği sıralayınız."

TÜRKİYE KADIN GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ



Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi

Araştırma kapsamında oluşturulan Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi üç ana bileşenden oluşmaktadır.

- Kadın girişimcilerin kurdukları işletme ile ilgili metrikler ana bileşen DAVRANIŞ skorunu,
- Kadın girişimcilerin mevcut konumlarına yönelik tutumlarını içeren ikinci ana bileşen ALGI skorunu ve
- Geleceğe dair beklentileri şekillendiren üçüncü ana bileşen ise GELECEK skorunu oluşturmaktadır.



Araştırma kapsamında oluşturulan Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksine göre endekste 100 puan alan kadın girişimci tanımı aşağıda detaylandırılmıştır:

“16+ yıllık şirketi olan, şirketi hem yurtdışında hem de Türkiye’de faaliyet gösteren, 20 milyon TL üzeri yıllık cirosu olan, 50+ çalışanlı, toplam kadın çalışan sayısı erkek çalışan sayısına eşit veya üzerinde olan, mevcut girişimi dışında başka bir girişimi ile işveren olarak başkalarını istihdam eden, geçmişte şirket kurup satmış ve bunu farklı bir iş modeline geçme isteği ile veya farklı bir sektörde iş yapma isteği ile veya iyi bir değerlendirme alma amacıyla gerçekleştirmiş, gelecek bir yıla ait planlarında Türkiye’de yeni kurulacak girişimlere yatırım yapma veya yurtdışında erken aşama girişimcilere yatırım yapma veya Türkiye’de yeni bir iş kurma veya yurtdışında yeni bir iş kurma veya mevcut girişimi satma planı olan, gelecek bir yıla ait beklentileri içinde toplam ciro veya istihdam edilen kişi sayısı veya teknoloji kullanımı veya karlılık veya kredi kullanımı veya uluslararası piyasalarda işbirliği (ihracat, ortaklık vb.) veya ürün/hizmet gamı veya inovasyon alanlarında büyüme beklentisi olan, girişimcilik hikayesinin başlangıcını düşündüğünde o dönemde bu işte bir fırsat görüp kesinlikle bunu değerlendirmek için girişimci olan, işinde sürekli olarak başarıya korkusu yaşamayan, şu an imkanı olsa maaşlı bir yerde çalışmayı kesinlikle tercih etmeyen, kendi işini kurarak kariyeri için en doğru kararı verdiğini kesinlikle düşünen, bir kadın girişimci olarak kesinlikle kendi ile gurur duyan kadın girişimcileri düşündüğünde onların risk almayı sevdiğini veya işini büyüme potansiyeli yüksek girişimciler olduklarını veya fırsatları değerlendirmek için girişimci olduklarını düşünen” kişidir.

Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi

45

DAVRANIŞ
Davranış skoru

DAVRANIŞ		Yanıt	Puan
S8 - Kaç yıllık şirket olduğu	1	0-1	10
	2	2-5	20
	3	6-10	50
	4	11-15	75
	5	16+	100
S13A - Şirketin faaliyet gösterdiği yer	1	Sadece Türkiye	50
	2	Sadece Yurtdışında	50
	3	Her ikisinde	100
S14 - Ciro	1	15bin TL ve daha az	0
	2	15001 – 100000 TL	5
	3	100001 -500000 TL arası	10
	4	500001 -1,000,000 TL arası	20
	5	1,000,001 TL-2,500,000 TL arası	40
	6	2,500,001-5,000,000 TL arası	70
	7	5,000,001-10,000,000 TL arası	80
	8	10,000,001-20,000,000 TL arası	90
	9	20,000,000 TL üzeri	100
	10	Cevap vermek istemiyorum	0
S15A - Toplam çalışan sayısı	1	1-3 çalışan	10
	2	4-10 çalışan	40
	3	11-50 çalışan	70
	4	50+ çalışan	100
S15B - Kadın çalışan sayısı / Q15A - Erkek çalışan sayısı	1	0.25	10
	2	0.25 - 0.50	40
	3	0.75 - 1	70
	4	1.0+	100
S18A – Çalışma Durumu	1	Hayır başka bir işte çalışmıyorum	50
	2	Kendi hesabıma başka bir girişimim daha var	70
	3	İşveren olarak başka bir girişimim daha var	100
	4	Ücretli / maaşlı olarak düzenli / sürekli bir işte çalışıyorum	25
	5	Ücretli çalışan olarak düzensiz / geçici bir işte çalışıyorum	25
	1	Farklı bir iş modeline geçme isteği	100
	2	Farklı bir sektörde iş yapma isteği	100
	3	İyi bir değerlendirme alma/iş fırsatı	100

43

ALGI
Algı skoru

DAVRANIŞ		Yanıt	Puan
S23 – 2.ifade T3B (girişimi fırsat olarak görme)	1-2-3-4	O dönemde bu işte bir fırsat gördüm ve bunu değerlendirmek için girişimci oldum	0
	5		25
	6		50
	7		100
S28 – ilk 2 ifade B3B; son 4 ifade T3B	4-5-6-7	İşimde sürekli olarak başaramama korkusu yaşıyorum	0
	3		25
	2		50
	1	100	
	4-5-6-7	Şu an imkanım olsa bir yerde maaşlı çalışan olmayı tercih ederim	0
	3		25
	2		50
	1	100	
	1-2-3-4	Kendi işimi kurarak kariyerim için en doğru kararı verdiğimi düşünüyorum	0
	5		25
6	50		
7	100		
1-2-3-4	Bir kadın girişimci olarak kendimle gurur duyuyorum	0	
5		25	
6		50	
7	100		
S29 – 1. & 4. & 7. ifade (kadın girişimciler için)		Risk almayı sever	0-10
		İşini büyütme potansiyeli yüksektir	0-10
		Fırsatları değerlendirmek için girişimci olur	0-10
			0

Türkiye Kadın Girişimcilik Endeksi

44

GELECEK
Gelecek skoru

DAVRANIŞ		Yanıt	Puan
S30 – Evet oranı (12 aya dair planlar)	1	Türkiye’de yeni iş kuracak olan girişimcilere yatırım yapma	100
	2	Yurtdışında erken aşama girişimcilere yatırım yapma	100
	3	Türkiye’de yeni bir iş kurma	100
	4	Yurtdışında yeni bir iş kurma	100
	5	Mevcut girişimimi satma	100
S31 – Büyüme/artış beklentisi (12 aya dair beklentiler)	1	Toplam ciro	100
	2	İstihdam edilen kişi sayısı	100
	3	Teknoloji kullanımı	100
	4	Karlılık	100
	5	Kredi kullanımı	100
	6	Uluslararası piyasalarda işbirliği (ihracat, ortaklık, vb)	100
	7	Ürün / hizmet gamı	100
	8	İnovasyon	100

ANA ÇIKARIMLAR



Türkiye’de toplam girişimcilik aktivitesi yoğun ancak kadın girişimci sayısı arzu edilen seviyede değil.

Türkiye, 2018/2019 yılı Global Girişimcilik İzleme Raporu’na göre, erken aşama girişimcilik aktivitesi toplamında 48 ülke içinde 15. sırada yer alıyor ancak kadın girişimci sayısı henüz erkeklerin yarısından daha az.

Araştırma kapsamına giren kadın girişimcilerin profili incelendiğinde eğitim seviyesinin Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülüyor. Görüşülen her 10 kadın girişimciden 9’u minimum ön-lisans mezunu ve eğitim seviyesi olarak Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde bir profil söz konusu.

Araştırma bulguları; girişimcilik geçmişi ve pratiği açısından kadın girişimciler için gidilecek yol olduğu varsayımını destekliyor.

Kadın girişimcilerin şirket kuruluş aşamasında borç almayı çok tercih etmemesi ve alınan borçta da ailenin ana kaynak olarak görülmesi finansal kaynaklara erişim konusunda ilerleme kaydedilmesinde fayda olduğunu hatırlatıyor.

Kadın girişimciler çoğunlukla kurdukları mevcut şirkete odaklanıyor ve seri girişimci olma eğilimleri düşük. Bu odaklanma, şirket kurup satma oranının henüz düşük seviyede gerçekleşmesi sonucunu da beraberinde getiriyor.

Kadın girişimciler kendileri ve cesaret isteyen seçimleri ile gurur duyuyor.

Kadın girişimci olmak; cesaret, güç ve özgürlük olarak algılanırken bu mücadelenin zorlu yanları da kabul ediliyor. Ancak genel olarak girişimci olmaya yönelik tüm paylaşımlarda kuvvetli pozitif duygular hakim. Kadın girişimciler kendileri ile gurur duyuyor ve büyük ölçüde en doğru kararı verdiklerini düşünüyor.

Girişimci olma hikayelerinin temelinde para kazanma zorunluluğundan çok bir fırsat görme ve değerlendirme yatıyor.

Kadın girişimcilerin özbenlik algısında borç ve para yönetimi ile ilgili konular ve mütevazilik ön planda.

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere yönelik algısında; işi büyütme potansiyelinin yüksekliği, risk alma eğilimi ve fırsatları değerlendirme amaçlı girişimci olma gibi kurulan girişimin ivmelenmesi için gerekli kriterler göze çarpıyor.

“Mevcut girişimleri ile yurtdışında faaliyet gösterme arzusu” kadın girişimciler tarafından yakın geleceğe dair en çok dile getirilen konu olarak göze çarpıyor. Başka girişimlere yatırımla destek olma hevesi ise şirket kurup/satma pratiğinde olduğu gibi henüz başlangıç seviyesinde konumlanıyor.

EK: -
ARAŞTIRMA
SORULARI



Sorular

	Sayfa
S8. Şirketiniz kaç yılında kuruldu?	13
S15. Kendinizi de sayarak, hem yarı zamanlı hem de tam zamanlı çalışanları ve vardiyalı çalışanları da dahil ederek çalışan sayılarınızı paylaşıyor musunuz?	13
S11. Şirketinizin ekonomik faaliyet alanı nedir?	14
S13A. Şirketiniz nerede faaliyet gösteriyor?	15
S12A. Siz bu işletmenin yüzde kaçına sahipsiniz?	16
S14. Vereceğiniz bütün bilgiler gizli tutulacaktır ve istatistiki amaçla kullanılacaktır. Şirketinizin 2017 yılı yıllık cirosunun hangi aralıkta olduğunu işaretler misiniz?	16
S16. Şirketinizin kuruluş aşamasında herhangi bir kredi veya borç aldınız mı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz?	18-19
S17. 2017 yılında şirketiniz herhangi bir kredi veya borç almış durumda mıydı? Lütfen uygun olan seçeneklerin tümünü işaretleyiniz.	18-19
S18. Son 12 ayı düşündüğünüzde, aşağıda yer alan kurum ve kuruluşlarla şirketiniz iş yaptı mı? Kar amacı güden tedarik, satış, ortaklık, vb. işbirliklerinin tümü.	20
S18A. Siz bu girişiminizin yanısıra başka bir işte çalışıyor musunuz?	21
S19. Mevcut şirketiniz dışında, son 10 yıl içinde tek başınıza veya ortaklarınızla kurduğunuz ve hisselerinin tamamını veya çoğunluğunu sattığınız kaç şirket kurdunuz?	22
S20. En son sattığınız şirketinizi düşündüğünüzde bu şirkete ait hisselerinizin tamamını veya çoğunluğunu satmanızın temel nedeni neydi?	22
S21. Diğer nedenler neydi?	22
S22. Benim için kadın girişimci olmak...Lütfen aklınıza gelen ilk kelimeyi yazınız	24
S23. Girişimcilik hikayenizin başlangıcını düşündüğünüzde aşağıdaki ifadelere "1 Kesinlikle katılmıyorum", "7 Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 7'li skala üzerinden paylaşır mısınız?	25
S24. Girişimci olmaya yönelik temel motivasyonlarınız nelerdir? Maximum 5 motivasyonunuzu lütfen önem derecesine göre 1 en önemli olmak üzere 1'den başlayarak sıralayınız.	26
S25. Girişimci olarak yaşadığınız zorluklar nelerdir? Zorluk yaşadığınız maximum 5 konuyu lütfen önem derecesine göre 1 en önemli olmak üzere 1'den başlayarak sıralayınız.	27
S28. Girişimci olmaya yönelik aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katılıp katılmadığınızı "1 Kesinlikle katılmıyorum", "7 Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 7'li skala üzerinden paylaşır mısınız?	28-29-30
S29. Genel olarak kadın ve erkek girişimcileri düşündüğünüzde, sizce ifadeler kadın ve erkek girişimciler için ne ölçüde uygundur? "1- Hiç uygun değil", "10-Tamamen uygun"	31-32
S26. İşinizle ilgili herhangi bir zorluk yaşadığınızda veya yardıma ihtiyaç duyduğunuzda işyeriniz dışında en çok kim/ nereden destek alıyorsunuz?	33
S27. Başka kimlerden/nerelerden destek alıyorsunuz?	33

	Sayfa
S30. Bir girişimci olarak önümüzdeki 12 aya ilişkin planlarınız nelerdir?	35-36
S31. Mevcut girişiminiz / şirketiniz açısından gelecek 12 ayı düşündüğünüzde aşağıda yer alan çeşitli alanlardaki beklentiniz nedir?	37
S32. Son 5 sene içinde girişimcilikle ilişkilendirilebilecek hangi alanlarda eğitim aldınız?	38
S33. Aldığınız eğitim online mıydı?	38
S34. Bundan sonra girişimcilikle ilişkilendirilebilecek hangi alanlarda desteğe ihtiyaç duyuyorsunuz? Lütfen en çok ihtiyaç duyduğunuz 3 desteği sıralayınız.	39

Kalite

Ipsos'un Kalite Yaklaşımı

Bütün araştırmalarımızda ICC/ESOMAR uluslararası pazarlama ve sosyal araştırmalar kurallarına bağlı olarak çalışır ve projelerin her aşamasında bu kuralların belirlediği standartlara uyum sağlarız.

TÜAD (türkiye araştırmacılar derneği) bünyesindeki bütün kalite girişimlerini destekleriz.

Güvenilir araştırma belgesi (GAB) ve ISO 20252 sahibiyiz.

Bütün saha çalışmalarını kadrolu süpervizörlerimiz ile denetler, koordine ederiz.

Özel anlaşmalarımız olan seçkin saha şirketleriyle yüksek kalite ölçütleri ile çalışırız.



www.ipsos.com.tr




**TÜRK
TUBORG A.Ş.**


KAGİDER
Türkiye Kadın
Girişimciler Derneği

Türk Tuborg A.Ş. ve KAGİDER desteğiyle hazırlanmıştır.

www.turktuborg.com.tr
www.kagider.org